



BLUE SKIES FOR
OUR CHILDREN

HONDA
The Power of Dreams

Juntos para el Mañana



Honda South America
**Memoria de
Sostenibilidad 2015**

Índice

	04 Mensaje de la Administración
	05 Proceso de elaboración de la memoria
07	Perfil de la Empresa
	12 Misión, visión y valores
15	Visión de Sostenibilidad Honda
	16 Juntos para el Mañana
	17 Participación de los grupos de interés
23	Gobierno Corporativo
	27 Estructura de Gobierno
	28 Código de Conducta Honda
	28 Gestión de Riesgos Corporativos
	29 Compliance System
33	Desempeño Económico
	34 Mercado de Automóviles
	36 Mercado de Motocicletas
	38 Productos de Fuerza
41	En paz con el Medio Ambiente
	42 Gestión Ambiental
	44 Negocios Sostenibles
	46 Desarrollo de Productos
	47 Compras
	47 Logística
	48 Servicios
	50 Eco-eficiencia
	52 Emisiones
	55 Residuos
	57 Agua
	59 Efluentes
	60 Biodiversidad
	62 Desempeño Ambiental 2014

67

Compromiso Social

- 68 Seguridad en el Tránsito
- 69 Iniciativas de Educación
- 70 Seguridad del producto
- 71 Desarrollo Comunitario
- 72 Colaboradores
- 73 Cambio de Sede
- 73 Desarrollo de personas
- 74 Global Assignment Program (GAP)
- 74 Programa de Desarrollo de Ejecutivos (EDP)
- 75 Remuneración y Beneficios
- 76 Diversidad e Igualdad
- 76 Relaciones Laborales y Sindicales
- 77 Seguridad y Calidad de Vida
- 79 Indicadores de desempeño social

80

Índice analítico GRI





Mensaje de Gestión

(G4-1, G4-2, G4-3)

El dinamismo y la innovación están en el ADN de Honda

Ser una empresa independiente y deseada por la sociedad. Esa es la visión que inspira todas las operaciones de Honda en el mundo. Presentes en América del Sur desde hace 44 años, tenemos el compromiso de ofrecer productos que superen las expectativas de los clientes y de contribuir al desarrollo de la sociedad mediante la educación y el respeto al individuo y al medio ambiente.

De este modo, asumimos el reto de reducir en un 30% las emisiones de CO2 en todas nuestras actividades hasta 2020. La fábrica de Sumaré va a superar esa meta ya en 2015 mediante la inversión en el parque eólico de Xangri-Lá. Las demás unidades se están preparando para alcanzar ese objetivo en 2020.

Hablando de ello, a finales del año pasado tuvimos el honor de inaugurar el primer parque eólico del mercado automotriz nacional y del grupo Honda en el mundo. El inicio de las operaciones de un emprendimiento tan innovador —que nos permite ser autosuficientes en la generación de energía limpia y renovable para una de nuestras operaciones, la fábrica de automóviles en Sumaré, en Sao Paulo— se ha convertido en el símbolo de nuestro compromiso con la sostenibilidad.

A las acciones ambientales se le suman otros pilares que sostienen la actuación de Honda en América del Sur. Se trata de iniciativas que contribuyen con la comunidad del entorno y proporcionan educación y seguridad en el tránsito. En 2014, más de 100.000 personas participaron en las actividades de manejo seguro de motocicletas ofrecidas por la unidad del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH), de Honda South America (HSA). En el acumulado de 17 años, más de 660.000 personas han realizado alguna de las actividades gratuitas que ofrecemos en pro de un tránsito más seguro.

Dada la importancia del mercado sudamericano para la economía mundial, estamos invirtiendo en el crecimiento de nuestro negocio en esta región. Durante 2014, seguimos con la construcción de la segunda fábrica de automóviles en Itirapina (región interior de Sao Paulo), lo que nos permitirá duplicar la capacidad productiva anual: de 120.000 a 240.000 autos/año. Además, inauguramos el nuevo Centro de Investigación y Desarrollo de automóviles para que los modelos comercializados aquí incluyan diferencias cada vez más acordes con las necesidades locales.

Estamos trabajando para establecer un negocio independiente, con una gestión cada vez más fuerte y nacionalizada. Con ese objetivo, asumí, en abril de 2014, la presidencia de Honda South America (HSA) y, entre mis principales misiones, está la de preparar a los nuevos líderes locales en todas las operaciones de la empresa. Los líderes tienen el importante rol de seguir las directrices globales de la compañía, pero respetando siempre las particularidades económicas y sociales de América del Sur.

Tenemos un largo camino por delante. Y, para alcanzar nuestras metas, es fundamental la participación de todos los públicos involucrados en el negocio, en especial la de nuestros colaboradores, proveedores, concesionarios y clientes. Por ello, buscamos reconocer y valorar el trabajo en equipo, respetando las diferencias y perfeccionando los programas de formación y desarrollo de acuerdo con la estrategia de la compañía.

Así, entregamos productos cada vez más avanzados y respetuosos con el medio ambiente, valorizando el gran sueño de movilidad con libertad, que está en el ADN de la compañía. Los retos para los años venideros son muchos, pero tenemos confianza y estrategias bien definidas para superar los obstáculos y promover el equilibrio entre Honda, la sociedad y el medio ambiente.

“

Entregar productos cada vez más avanzados y respetuosos con el medio ambiente está en el ADN de la compañía.”

Issao Mizoguchi,
Presidente de Honda South America (HSA)



Proceso de elaboración de la memoria

(G4-18; G4-22; G4-29; G4-30)

Tras siete años publicando informes ambientales y sociales anualmente, Honda South America presenta, por primera vez, una memoria de sostenibilidad guiada por las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI). El periodo objeto de esta memoria va desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2014 y abarca todos los países que componen el grupo Honda South America: Brasil, Argentina, Perú y Chile.

Para la definición del alcance y de la cobertura de la presente memoria, se analizaron las ediciones anteriores y se correlacionaron sus contenidos con los indicadores GRI. Además, se consideraron temas definidos como relevantes para el sector automovilístico de acuerdo con un estudio

realizado por la GRI y conforme al SASB (Sustainability Accounting Standard Board). También se empleó la herramienta RepRisk para evaluar el reporte de dichos temas en el sector.

Para cumplir las premisas de la GRI versión G4, la empresa puso en marcha, en 2015, el proceso de definición de materialidad que incluirá los temas considerados más relevantes para las partes interesadas en el negocio. A pesar de que todavía no podemos presentar todo el contenido de acuerdo con la metodología, la compañía ya se está preparando para hacerlo el año que viene.

Los últimos informes de Contribución Social y Ambiental se encuentran disponibles en:

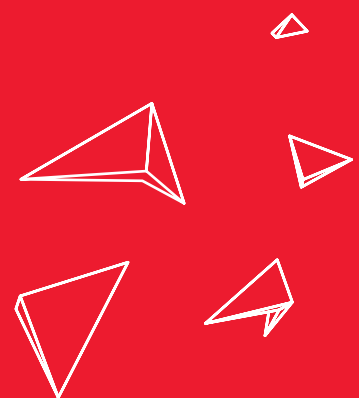
www.honda.com.br/relatoriosocial/relatorio/



Sede de Honda en la ciudad de Sumaré, interior del estado de Sao Paulo

A photograph of a modern, multi-story building with a blue and white facade. The building features a prominent overhang and a balcony with glass railings. The sky is clear blue with a bright sun in the upper right corner, creating a lens flare effect. A red graphic overlay is positioned in the bottom right corner, containing white geometric shapes and the text 'Perfil de la EMPRESA'.

Perfil de la EMPRESA



■ Quiénes Somos

(G4-3; G4-5; G4-7; G4-13)

Honda viene surcando su camino en América del Sur desde 1971, cuando empezó a importar motocicletas a tierras brasileñas. Con presencia en Brasil, Argentina, Chile y Perú, la sociedad holding Honda South America, creada en 2000, centraliza la producción, importación y comercialización de motocicletas, automóviles, ATV y productos de fuerza.

A día de hoy, Honda tiene

474

empresas filiales y asociadas
en todo el mundo

Desde una pequeña fábrica japonesa de motores a un conglomerado mundial, Honda Motor Co. actúa desde hace más de 65 años, manteniéndose como una marca de espíritu joven y desafiante y en constante evolución. Todo empezó cuando Soichiro Honda, fundador de la empresa, creyó en el sueño de revolucionar y desarrollar nuevos conceptos de movilidad. Desde entonces, la creencia en el poder de los sueños sigue contagiando a todos allá por donde pasan los productos Honda.

La empresa mantiene la directriz de producir donde haya demanda, incentivando el desarrollo de las regiones que albergan sus unidades. Las operaciones mundiales de Honda se dividen en siete bloques administrativos, encargados de las actividades regionales: Japón, América del Norte y Central, América del Sur, Europa, Oriente Medio y África, Asia y Oceanía y China. En total, son 474 empresas filiales y asociadas en todo el mundo.

En América del Sur, la compañía está presente desde 1971, cuando empezó a importar motocicletas a Brasil. Cinco años después, inauguró la primera fábrica Honda en este continente, en la ciudad de Manaus, estado de Amazonas, la cual es, en la actualidad, la planta de producción de motocicletas Honda más grande del mundo. En los años 70 la empresa inició también sus operaciones en otros países: en Perú, en 1975; y en Argentina, en 1978.

En los 90, además de expandir sus fronteras y llegar a Chile, en 1998 Honda también empezó a

importar automóviles a Brasil y Argentina. En 1997 inició las operaciones de su fábrica de automóviles en Sumaré, estado de Sao Paulo, y, en 2011, las de su planta de Campana, en la provincia de Buenos Aires, Argentina, país donde ya contaba con una fábrica de motocicletas. En los demás países sudamericanos, una red de distribuidores oficiales e independientes representa nuestra marca en prácticamente la totalidad del continente.

En 2000 se creó la sociedad holding Honda South America LTDA (HSA). Con sede en Brasil, HSA también posee participación accionaria en compañías de componentes y se encarga del desarrollo de las operaciones del grupo en todo el bloque de América del Sur.

A finales de 2014 arrancó el proceso de traslado de la sede sudamericana de la ciudad de Sao Paulo a Sumaré, en el interior del estado, en la misma planta de Honda Automóveis do Brasil. El objetivo del cambio fue promover una mayor proximidad entre las áreas comerciales, administrativas, de desarrollo de productos y de producción, para agilizar la comunicación entre todos los sectores y la toma de decisiones. Con ello, Honda se prepara para el crecimiento de sus negocios locales, priorizando la rapidez y el dinamismo en todos los procesos. Y todo se refleja en la calidad de los productos ofrecidos a los consumidores.

Contigua a la nueva sede, se encuentra el Centro de Investigación y Desarrollo de automóviles de la empresa. Este emprendimiento, inaugurado



Línea de montaje de Honda Automóveis en Sumaré (estado de Sao Paulo)

Línea de montaje de la Moto Honda en Manaus (estado de Amazonas)

en febrero de 2014, se creó para ser uno de los principales centros de desarrollo de la empresa fuera del eje Japón-Estados Unidos. Más de 300 ingenieros trabajan en esta unidad para que la empresa siga ofreciendo productos que se diferencian por sus atributos innovadores y por sorprender a los consumidores locales.

La fábrica de Manaus también cuenta con un Centro de Desarrollo y Tecnología. Inaugurado en septiembre de 2013, se trata de un centro de desarrollo multidisciplinar integrado totalmente con los departamentos que participan en el desarrollo de nuevas técnicas, procesos y productos fabricados por Honda.

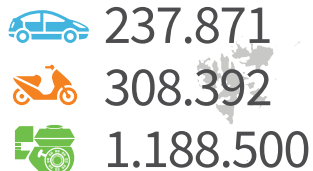
La inauguración del parque eólico de Xangri-Lá, en el estado de Rio Grande do Sul, también es una parte importante de la estrategia de sostenibilidad de la compañía. Con más de 80.000 MW de capacidad instalada por año —y primer parque de ese tipo de Honda en el mundo—, este emprendimiento tiene una producción de energía prevista para proveer la demanda de la fábrica de automóviles de Sumaré, con una reducción de emisiones de CO₂ de más de 7.000 toneladas al año (el 30% del total generado por la fábrica).

Actuación

(G4-4 ; G4-6; G4-8, G4-9)

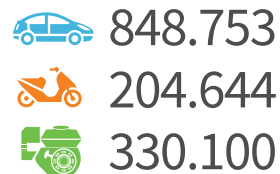
EUROPA, ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

Unidades vendidas por año



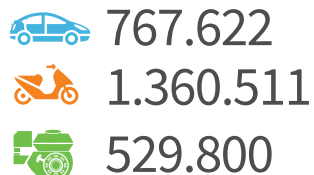
JAPÓN

Unidades vendidas por año



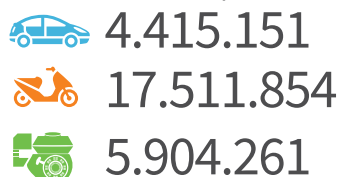
CHINA

Unidades vendidas por año



MUNDIAL

Unidades vendidas por año



AMÉRICA DEL NORTE

Unidades vendidas por año

 1.789.467 277.558 2.651.900**AMÉRICA DEL SUR**

Unidades vendidas por año

 151.826 1.328.675 103.061**ASIA/OCEANÍA**

Unidades vendidas por año

 619.612 14.032.074 1.100.900**Argentina****Honda Motor de Argentina S.A**

- Honda Motor de Argentina S.A: producción de motocicletas y automóviles, importación y ventas de motocicletas y productos de fuerza.

**Brasil****Honda South America Ltda (matriz)**

- Honda Automóveis do Brasil Ltda: producción y ventas de automóviles y repuestos.

- Moto Honda da Amazônia Ltda: producción y ventas motocicletas, productos de fuerza y ATV.

- Honda Componentes da Amazônia: producción de componentes para motocicletas.

- HTA Indústria e Comércio Ltda: producción de utillaje para la producción de motocicletas.

- Honda Serviços Financeiros Ltda., Banco Honda S.A, Consórcio Nacional Honda Ltda., Honda Leasing S.A, Corretora Seguros Honda Ltda.: servicios financieros.

- Honda Energy do Brasil: autoproducción de energía eólica.

**Chile****Honda Motor de Chile S.A.**

- Importación y ventas de motocicletas.

**Peru****Honda Selva del Perú S.A.****Honda del Perú**

- Producción de motocicletas.

- Importación y comercialización de automóviles y productos de fuerza.



Automóviles



Motocicletas



Producto de fuerza



Misión, visión y valores

(GRI G4-56)

La filosofía Honda

Guiada por el poder de los sueños —traducido en el eslogan «The Power of Dreams»—, Honda cree en la fuerza creativa del ser humano para la transformación y la producción de ideas innovadoras. Por eso, la esencia de su filosofía es proporcionar alegría y bienestar a todos los que participan directa e indirectamente en los negocios

de la compañía. Este sentimiento está presente en todas las acciones que realiza la empresa y proporciona inspiración para superar constantemente las expectativas de los consumidores, colaboradores, asociados y comunidades del entorno de sus emprendimientos. Honda considera que es sumamente importante fortalecer esas relaciones, al valorizar y estimular el potencial de cada uno y trazar los caminos con

responsabilidad y confianza para seguir siendo una de las empresas más deseadas y admiradas del mundo. Con este espíritu, se dedica a ofrecer productos de la más alta calidad, privilegiando precios justos y la satisfacción de los clientes locales y globales.

Respeto por el Individuo

Para estimular que se compartan las alegrías, respetando las características y las fortalezas individuales, Honda aplica los siguientes conceptos en todas sus áreas de actuación:

INICIATIVA

Significa pensar de forma creativa, actuar por voluntad y convicciones propias y asumir la responsabilidad por las actitudes y acciones practicadas, sin sentirse atado a ideas preconcebidas.

IGUALDAD

Reconocer y respetar las diferencias individuales, tratar a las personas de forma justa. También significa crear las mismas oportunidades para todos los que tienen fuerza de voluntad. Nacionalidad, sexo, edad, religión, raza, escolaridad o la condición social o económica no han de influir en las oportunidades que se ofrecen a los individuos.

CONFIANZA

La confianza se logra cuando reconocemos a los demás como individuos, ayudamos en áreas en las que las personas tienen dificultades, aceptamos ayuda en las que fallamos, compartimos nuestro conocimiento y asumimos nuestras responsabilidades. En Honda, se espera que siempre haya esa relación de confianza mutua entre los colaboradores.

Las tres alegrías

A partir de los conceptos de respeto por el individuo, Honda construye relaciones de confianza y comparte las alegrías con cada persona que trabaja en la empresa y con todos los que, de manera directa o indirecta, participan en sus actividades y productos. Esa convicción está expresada por lo que el equipo Honda denomina «Las tres alegrías», que concretan las formas de conquistar la confianza de la sociedad y de cumplir la responsabilidad social de la empresa.

LA ALEGRÍA DE COMPRAR

Proporcionar para cada cliente, por medio de productos y servicios, algo más allá de la satisfacción: despertar emoción. La alegría del cliente es lo que le aporta valor a las actividades de Honda. Y es por medio de su alegría como se puede disfrutar de la verdadera alegría de crear y vender. Por eso, el equipo Honda se esfuerza en crear productos con nuevos valores y en ofrecer servicios que superen las expectativas de los clientes.

LA ALEGRÍA DE VENDER

Representa la conquista de la confianza del cliente, al proporcionarle alegría mediante productos y servicios que van más allá de sus expectativas. Es la única forma en la que colaboradores, concesionarios y distribuidores de Honda sentirán orgullo y alegría por lo que hacen.

LA ALEGRÍA DE CREAR

Surge cuando se crean productos y servicios que rebasan las expectativas de clientes y concesionarios, proporcionándoles alegría. Esto solo ocurre cuando se emplea todo el potencial creativo del equipo.



“

Como nuestro deseo es proporcionarles a nuestros clientes un 100% de calidad en nuestros servicios y adoptar como aprobación la nota máxima, les pido a todos los concesionarios que presten servicios de un 120% de calidad, para que sea posible alcanzar la cifra del 100%.”

Soichiro Honda (1953)

Primando la calidad

Honda procura ofrecer productos de alta calidad y tecnología a un precio justo. La empresa cuenta con una red de servicios posventa con una estructura eficiente de distribución de piezas de repuesto y, así, proporciona la mejor experiencia posible a sus clientes.

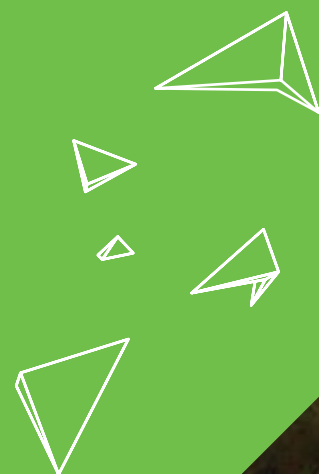
La compañía cree que el esmero de los colaboradores debe llegar a una tasa del 120% de calidad en todos los repuestos y productos de la empresa, lo que garantizará que se entreguen con un 100% de calidad en todas sus unidades.



Parque eólico de Honda en Xangri-Lá (Rio Grande do Sul)

A photograph of three Honda wind turbines in a grassy field with mountains in the background. The sky is blue with light clouds. The turbines are white with 'HONDA' written on the nacelles. A green rectangular overlay is in the bottom right corner, containing the title and some geometric line art.

Visión de Sostenibilidad Honda



El valor de la Sostenibilidad

La filosofía Honda está presente en todas las actividades de la empresa, procurando promover los valores intrínsecos a su cultura organizacional entre todos los grupos de interés. De este modo, Medio Ambiente, Seguridad, Calidad y Sociedad son cuatro temas de importancia estratégica y se tienen en cuenta en todos los procesos decisorios.

Al minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos, con foco en acciones de medio y largo plazo, Honda garantiza su aportación efectiva para una sociedad sostenible.

Desde el inicio de su historia, la empresa dedica esfuerzos para actuar de forma social y ambientalmente correcta, con programas de desarrollo tecnológico dirigidos a soluciones que minimicen los impactos sociales y ambientales y que abarcan desde la producción hasta los servicios posventa.

Para integrar todas las acciones realizadas por la compañía en América del Sur y convertirse en una referencia en sostenibilidad, la empresa está trabajando para crear y consolidar criterios claros para las prácticas sostenibles en sus actividades.

Entre los principales desafíos —y beneficios— de ese trabajo está la adecuación de las directrices del grupo con las características de cada localidad, considerando siempre lo que es importante para las partes interesadas en su negocio. Además, Honda tiene una visión clara y un enfoque expreso para intensificar el desarrollo de actividades destinadas a ayudar a crear una sociedad en la que todos tengan la oportunidad de perseguir sus sueños en las áreas de educación, medio ambiente y seguridad en el tránsito.

Así, el perfeccionamiento de la comunicación y el fortalecimiento del concepto de sostenibilidad dentro de los negocios resultan esenciales. Es por eso por lo que la compañía puso en marcha un trabajo de mapeo y participación de sus partes interesadas, con el objetivo de adecuar cada vez más su actuación en sostenibilidad a las expectativas de sus grupos de interés. Fue con este foco con el que la empresa empezó a estructurar la elaboración de la memoria anual a partir del enfoque de la Global Reporting Initiative (GRI), en su versión G4, que considera los temas relevantes para los grupos de interés de la organización.



Juntos para el Mañana

Siguiendo los principios mundiales bajo el lema Together for Tomorrow (Juntos para el Mañana), Honda demuestra la importancia de las relaciones que mantienen con toda la sociedad. Basada en cuatro pilares (Medio Ambiente, Educación, Comunidad y Seguridad en el

Tránsito), la compañía considera que la unión con la sociedad del entorno de sus operaciones, además de proporcionar desarrollo social, económico y ambiental, es el camino adecuado para ayudar a construir un mundo mejor y más justo para las generaciones venideras.



VISIÓN

Honda valora que se comparta la alegría con la gente de todo el mundo mediante actividades socialmente responsables.



PRINCIPIOS BÁSICOS

Con una visión global, Honda contribuye al bienestar de las comunidades locales por todo el mundo, mediante productos y tecnologías que benefician a la sociedad. Así, Honda profundiza en su compromiso con todas las comunidades en las que realiza negocios, cultivando una sociedad en la que los individuos dedicados y perseverantes participan activamente en actividades socialmente responsables.



ORIENTACIONES GLOBALES

Trabajando para crear una sociedad futura en la que todos puedan perseguir sus sueños, Honda:

- Apoya la educación de jóvenes para el futuro.
- Trabaja para preservar el medio ambiente global.
- Promueve la seguridad en el tránsito mediante educación y capacitación.

Participación de los grupos de interés

(G4-24; G4-25)

Honda prioriza el diálogo abierto con todas sus partes interesadas, cultivando las relaciones con socios empresariales, público interno, clientes y comunidades a partir de la disseminación de la información. Esta creencia se basa en uno de los pilares de la filosofía implantada por Soichiro Honda, fundador de la empresa, que trata de la importancia de la distribución del conocimiento.

Al mismo tiempo, Honda considera fundamental entender lo que sus grupos de interés esperan de la compañía y, por eso, está desarrollando su primera Matriz de Materialidad. Este estudio, que debe concluirse en 2015, mapeará todos los públicos de la empresa y los temas relevantes para la comunicación de sus actividades, lo que supondrá una planificación de acciones estructuradas de participación.

Socios empresariales

(G4-12)

La compañía busca estar cerca de sus proveedores y concesionarios para que, juntos, puedan dividir experiencias y trabajar para garantizar la satisfacción del cliente desde la concepción de un producto hasta la atención posventa.

Honda también estimula a sus asociados empresariales a asumir el mismo compromiso de la marca con la sostenibilidad de sus actividades. Para ello, la empresa reconoce y certifica los concesionarios y proveedores que trabajan para reducir los impactos ambientales y contribuye al bienestar de la sociedad mediante los programas Green Dealer, Green Purchasing y Green Logistics (más información en la página 42).

Honda entiende que los proveedores representan una parte importante de su negocio y es consciente de su gran responsabilidad en la cadena productiva del sector. Por ello, como parte del trabajo de relaciones, mantiene un contacto diario y visita a menudo a sus socios empresariales, además de promover convenciones para presentar sus nuevos productos y directrices.

Además, se realiza una evaluación periódica de todos sus proveedores directos, exigiendo una

nota mínima de 80 puntos sobre 100 para que puedan seguir trabajando con la compañía.

Todos deben seguir el estándar de calidad Honda (Calidad, Costo, Eficiencia, Medio Ambiente, Gestión y Seguridad - QCDEMS). Con todo, la empresa entiende que evaluar no es suficiente. También hace falta ofrecer ayuda y oportunidades para el desarrollo de quienes componen la cadena productiva del negocio.

Por eso, anualmente promueve el «New Honda Circle - Suppliers (Nuevo Ciclo de Proveedores, en español), un acto diseñado para integrar a los proveedores con la cultura de la empresa, buscar la mejora de calidad, costos, entrega, gestión y perfeccionar los servicios. Para participar, basta con inscribirse y formar un grupo de trabajo con foco en la mejora y el desarrollo de colaboradores.

Consciente de su responsabilidad, la compañía también exige que sus proveedores cumplan la legislación laboral, la normativa ambiental y de calidad, y está repasando sus contratos y acuerdos para que incluyan cláusulas relacionadas con los derechos humanos y la responsabilidad socioambiental.

Proveedores

 Moto Honda da Amazônia

120 proveedores de repuestos

20 proveedores de materiales, tintas y otros artículos

 Honda Automóveis do Brasil

117 proveedores de repuestos

26 proveedores de materiales, tintas y otros artículos

 Moto Honda
 Honda Automóveis

1.500 proveedores para artículos generales

 324 proveedores en Honda Motor de Argentina

 400 proveedores en Honda Motor del Chile

HSA trabaja con proveedores locales y con socios empresariales de otros países, como Japón y China.


Concesionario
de motocicletas

Concesionario
de automóviles


Puntos de venta



Motocicletas



134



1300



43



126



Automóviles



21



219



31



10



Productos de fuerza



151



579



46



194



Concesionarios

La alegría de vender un producto es la base de la relación de Honda con su red de concesionarios. A partir de este ideal, los socios comerciales también buscan transmitirles a los clientes los sueños de la empresa, incluso en lo que atañe a la preservación ambiental.

Honda cuenta con un equipo de ventas específico para desarrollar unas relaciones más estrechas con los concesionarios y evaluar los puntos de ventas para garantizar la calidad de atención al cliente. Hay algunas certificaciones y evaluaciones del nivel de excelencia de los concesionarios de acuerdo con aspectos como: instalaciones físicas y la atención de ventas y posventas.

Además, la empresa también creó los Centros de Treinamento de Serviços (Centros de Formación de Servicios) en los municipios de Sumaré (Sao Paulo) y Recife (Pernambuco), que promueven la capacitación y el perfeccionamiento constante de los colaboradores de los 2.098 puntos de venta de Honda en Brasil (1.300 de motocicletas, 219 de automóviles y 579 de productos de fuerza).

Las dos unidades cuentan con una estructura moderna y equipos de alta tecnología, además de automóviles, motocicletas y productos de fuerza para la formación y el perfeccionamiento técnico-administrativo de los colaboradores de los concesionarios. Los centros de formación cuentan con la Unidad Móvil de Formación, que lleva los cursos a todas las regiones de Brasil.



Colaboradores de Honda

Público interno

La compañía entiende que sus colaboradores desempeñan un papel importante en los negocios y, por esa razón, realiza diversas acciones de compromiso con su público interno. Honda incentiva y anima a que cada persona tenga sus propios sueños y mantenga el espíritu joven para que se hagan realidad, buscando promover que se compartan las alegrías, por medio del respeto a las características individuales y de la relación de igualdad y de confianza. La aplicación máxima de las fortalezas de cada uno se da principalmente por medio de la valorización de la iniciativa y del trabajo en equipo.

Para garantizar un clima organizacional positivo, la empresa realiza, anualmente, la encuesta de clima interno. De esta forma, los colaboradores pueden registrar sus percepciones sobre el ambiente organizacional, que sirven como pautas para la elaboración de planes de acción corporativos y también específicos para cada departamento. El área de Recursos Humanos orienta a las demás áreas de la empresa en el desarrollo de acciones de diseminación de los resultados con los equipos y en la conducción de grupos focales. Así, el proceso se fortalece con una dirección efectiva de acciones, promoviendo una mayor apertura y un mayor acercamiento con los colaboradores.

La empresa también desarrolla programas para incentivar la proactividad de sus colaboradores, estimulando iniciativas para la implantación de mejoras en las acciones del día a día.

El principal es el NHC - New Honda Circle, programa mundial que cuenta con la participación de todas las unidades de Honda. Con una duración de nueve meses, el NHC es un ciclo de calidad mediante el que los profesionales montan equipos y presentan proyectos e ideas para la innovación o mejora de los procesos. El proyecto no puede formar parte de la meta del departamento y tiene como base acciones que incluso generan una mejora en la calidad de vida en el ambiente de trabajo.

La participación en este programa es voluntaria y alcanza, en promedio, a entre un 80% y 90% de los colaboradores. En 2014, fueron 477 grupos con más de 2.500 colaboradores de Honda Automóveis y 1.350 grupos con más de 6.600 colaboradores de Moto Honda. En Argentina fueron 152 equipos y en Perú, 20, mientras que Chile contó con cinco. En Honda Serviços Financeiros fueron 45 los grupos participantes, contando incluso con el grupo campeón del NHC 2014.

Los mejores trabajos se presentan en una convención regional de América del Sur y algunos son seleccionados para representar a este territorio en la convención mundial que se celebra cada dos años. Además, por cada etapa concluida, los colaboradores reciben premios de participación que se van haciendo más atractivos por cada fase.

Algunos resultados de la Encuesta de Clima 2014

91%

de los colaboradores siente orgullo de trabajar en Honda

94%

de los colaboradores valoriza la filosofía Honda



GREAT PLACE TO WORK®

Entre las mejores

Un año más, Honda participó en el estudio de GPTW (Great Place to Work), que evalúa 1.500 empresas brasileñas en relación con las prácticas y programas de recursos humanos y con la percepción de los colaboradores sobre el ambiente de trabajo. En 2014, Moto Honda da Amazônia fue una de las 70 mejores empresas para trabajar en Brasil.



Honda Automóveis fue elegida 10 veces como el mejor servicio posventa por el estudio “Os eleitos” (Los Elegidos), uno de los más importantes de la industria automovilística brasileña.



Honda Automóveis es una de las líderes brasileñas en ventas de vehículos para personas con discapacidad y ya acumula varios premios de satisfacción en esa categoría.

Clientes

(G4-PR5)

Con un espíritu global y una atención constante a las particularidades de cada región, Honda se esmera en ofrecer productos de la más alta calidad con un precio justo a todos los perfiles de público, desde los ribereños que necesitan motores estacionarios para barcos, a ejecutivos que adquieren autos de lujo de alto confort y rendimiento.

Al ofrecer una atención basada en la transparencia, claridad y responsabilidad, la empresa reafirma, día tras día, su compromiso con la excelencia en las relaciones con sus clientes. El principal objetivo es mantener las directrices y estrategias de ventas, ofreciendo movilidad, con productos de calidad y una atención personalizada en toda la red de concesionarios de Brasil. Además, la empresa cuenta con un equipo interno de relación con los clientes, compuesto por profesionales altamente cualificados para brindar una atención técnica a las demandas de consumidores de motocicletas, automóviles y productos de fuerza.

En el lanzamiento de nuevos vehículos, la compañía cree en la importancia de los estudios de mercado para orientar su proceso de desarrollo. Estos estudios ayudan a analizar las necesidades y características reales de consumo del público objetivo.

Honda mantiene un criterioso proceso de control de calidad en su línea de montaje y monitorea constantemente las unidades que se vendieron para asegurarse de que sus productos cumplan con los más rigurosos estándares de calidad y seguridad. Si se detecta que un vehículo, después de haberse comercializado, presenta algún defecto que pueda afectar a la seguridad de los usuarios, se cita a su propietario para proceder a corregir la posible no conformidad en el producto. En estas campañas de llamados a revisión, la comunicación siempre se basa en el principio de la transparencia. La empresa lleva a cabo una amplia divulgación en la prensa nacional y pone a disposición en su página de inicio de internet atajos que garantizan un rápido acceso a la información. Las piezas defectuosas se sustituyen y los concesionarios son resarcidos de acuerdo con las reparaciones ejecutadas.

LISTA DE LLAMADOS A REVISIÓN DE 2014

- Sustitución preventiva del inflador del airbag de los modelos Civic 2003 y 2004, CR-V 2003, Accord de 2003 a 2007 y Fit 2004.
- Sustitución preventiva del inflador del airbag de los modelos Civic de 2012 a 2015 y CR-V 2012.
- Sustitución preventiva del sistema de airbag de los modelos Civic de 2001 a 2003 y CR-V de 2002 a 2003.
- Sustitución de los tornillos de montaje de los ejes de los balancines de los modelos CB 500F y CBR 500R 2014.



Proyecto social: promoción de 2014 del Curso de Iniciación Profesional en Mecánica Vehicular de Recife (Pernambuco)

Comunidades

Honda considera que la educación es el camino hacia la construcción de un mundo mejor. Por eso, invierte en proyectos de educación y desarrollo social en las comunidades ubicadas en el entorno de sus instalaciones, incluso en la preparación para actuar en el mercado de trabajo y la concienciación socioambiental de niños, niñas y jóvenes.

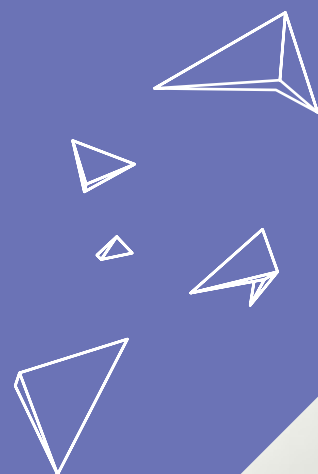
Además, la empresa trabaja en el desarrollo

de iniciativas que ofrezcan mejores condiciones de vida a la población, conforme a lo descrito en el apartado Desarrollo Comunitario (más información en el capítulo Compromiso Social). Este compromiso se refleja en todas las unidades de Honda en América del Sur, que realizan desde actos socioambientales para la comunidad hasta cursos de manejo de motocicletas y capacitación de jóvenes en cursos de mecánica básica.



A photograph of two men in business attire. The man in the foreground is wearing a dark blue blazer over a white shirt and is looking towards the left. The man in the background is wearing a grey blazer over a black shirt and is smiling. They are standing in a modern office with large windows in the background.

Gobierno Corporativo



■ Gestión Responsable

En línea con las directrices globales del grupo, Honda South America trabaja de acuerdo con rígidos estándares de gestión para mantener la independencia de su gobierno, la seguridad en los procesos internos y satisfacer las expectativas de sus grupos de interés.

Estructura de gobierno

(GRI G4-34)

Honda actúa en América del Sur de forma sólida, ágil y flexible, lo que garantiza la eficiencia en la implantación de estrategias mundiales en el ámbito local. Hoy, uno de los principales retos de la empresa es avanzar en los demás países sudamericanos. Para ello, es fundamental contar con una estructura que posibilite la puesta en común de mejores prácticas y recursos que maximicen la sinergia regional, con acciones rápidas en los mercados específicos

para satisfacer plenamente las expectativas de cada cliente. De esta manera, la compañía busca dotar de más autonomía e independencia a cada negocio, permitiendo así respuestas rápidas en relación con los cambios y tendencias de los mercados locales, que cada vez son más exigentes. Para ello, cuenta con una estructura organizativa basada en Unidades de Negocio, que actúan focalizadas en su propio negocio para entender y atender mejor a los clientes.

Unidad de Negocio	Razón social	Alcance	Jurisdicción
HDA	Moto Honda da Amazônia Ltda.	2R / PF	Brasil
HAB	Honda Automóveis do Brasil Ltda.	4R	Brasil
HSF	Honda Serviços Ltda.	BHB / CNH / SHB	Brasil
HAR	Honda Motor de Argentina S.A.	2R / 4R / PF	Argentina
HDP	Honda del Peru S.A.	2R / PF	Peru
HSP	Honda Selva del Peru S.A.		
HMDC	Honda Motor de Chile S.A.	2R / 4R / PF *importación	Chile

2R: Motocicletas / 4R: Automóviles / PF: Producto de fuerza

BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consórcio Nacional Honda Ltda. / SHB: Corretora de Seguros Honda Ltda.

Además, promueve la integración de las áreas del SEDBA (sigla en inglés para Ventas, Ingeniería, Desarrollo, Compras y Administrativo) en cada negocio, propiciando una comunicación eficaz para que las decisiones sean rápidas y eficientes. Así, cuando sea preciso, se podrá modificar proyectos, movilizar y desarrollar proveedores, recursos productivos, estrategias de ventas y de servicios con la agilidad que demanda el mercado. Como estructura corporativa, HSA actúa de acuerdo con las siguientes directrices:

1. Consolidar la información de la operación regional recibida de cada unidad para dar soporte a las decisiones del Regional Operating Board (ROB), centralizando la comunicación con Honda Motor Co.
2. Definir políticas, directrices estratégicas y estándares para cada área de operación de manera integrada con los negocios globales y regionales.
3. Garantizar que los planes estratégicos locales estén siempre alineados con los planes regionales y globales.

VENTAS

La estructura comercial de HSA no solo comercializa internacionalmente productos fabricados en Brasil, sino que también se encarga de alinear las estrategias regionales y globales de ventas, compartiendo las mejores prácticas mundiales y desarrollando nuevos mercados en América del Sur.

PRODUCCIÓN

El área de Producción garantiza la sincronización entre la operación local y los objetivos del negocio, ayuda a dirigir la planificación y el control estratégico de producción de América del Sur y proporciona soporte técnico a las plantas de la región.

INGENIERÍA

Cada segmento de Honda posee un área propia de ingeniería que sirve de apoyo para las necesidades de cada país de la región. El papel corporativo del área de producción e ingeniería es garantizar la sincronía entre la operación de cada lugar y los objetivos del negocio, además de ofrecer soporte técnico a las demás fábricas. A día de hoy, Moto Honda da Amazônia (HDA) tiene función corporativa para motocicletas y productos de fuerza, mientras que, Honda Automóveis do Brasil (HAB) tiene puesto el foco en la línea de automóviles de la compañía.

DESARROLLO

Las unidades de Honda Research Brazil (HRB) de automóviles, motocicletas y productos de fuerza centralizan la función de investigación y desarrollo de productos y componentes en América del Sur.

COMPRAS

El área de compras se encarga de alinear estrategias con los proveedores de las unidades y de la maximización del poder de negociación y economías de escala. Además, propicia una estructura estandarizada de flujos, lo que garantiza el abastecimiento regular de repuestos, materiales y una producción estable dentro de los estándares de costo y calidad.

SERVICIO AL CLIENTE

El departamento de servicio al cliente se compone de las áreas de posventas y repuestos. Con una estructura eficiente y centrada en las mejores prácticas de mercado, esta área trabaja para mejorar los resultados de las ventas de repuestos, fortaleciendo así su presencia en todo el continente y garantizando la satisfacción de los clientes Honda.

ADMINISTRATIVO

El área administrativa está estructurada para actuar en procesos clave de recursos humanos, tecnología de la información, contraloría, sostenibilidad y jurídico. Es la encargada de unificar políticas y procesos que posibiliten economías de escala provenientes de la centralización, garantizando así a uniformidad y el fortalecimiento de la cultura corporativa Honda.

BUSINESS PLANNING OFFICE

El Business Planning Office consolida la planificación estratégica y centraliza el control sobre los objetivos y metas de cada Unidad de Negocio. Esta área concentra la información y es la responsable de organizar un plan estratégico integrado para los negocios de Honda en la región.

Honda actúa en América del Sur de forma sólida, ágil y flexible.

AUDITORÍA INTERNA

Define y pone en práctica el plan de Auditoría en todos los países de Honda South America.

SOSTENIBILIDAD

Presente desde el inicio de las actividades de Honda, la sostenibilidad se encara como una estrategia de los negocios de la empresa. La permanente preocupación con la preservación del medio ambiente, la constante colaboración con las comunidades del entorno de sus instalaciones y la rigidez en la atención y en el cumplimiento con las leyes y regulaciones para la gestión de riesgos viene madurando significativamente durante los últimos años, culminando con la creación del

departamento de ESG (Environment, Social and Governance), que busca entender y atender las expectativas de los grupos de interés, integrándolas en la definición de la estrategia organizacional.

RRELACIONES INSTITUCIONALES, REGULACIÓN DE PRODUCTOS Y RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Estas tres áreas actúan en toda América del Sur por medio de la comunicación y construcción de unas buenas relaciones con los diferentes grupos de interés para fortalecer la marca y la presencia de Honda en todo el continente. Estas relaciones también se mantienen con las principales entidades relevantes para el negocio.

Comitês

En línea con el concepto de Unidades de Negocio, la estructura de los comités directivos en América del Sur tiene como objetivo

fortalecer la agilidad en la toma de decisiones y la comunicación entre las áreas SEDBA.

COMITÉS DIRECTIVOS DE HSA - UNIDADES DE NEGOCIO

Miembros	Función
Presidente del bloque	Presidente
Vicepresidente / Director Ejecutivo / Director	Miembro
Gerente General / Gerente	Miembro (Comité Directivo)
Secretario (nombrado por el Presidente)	Coordinación de las reuniones
Programación de reuniones	Mensualmente (una vez al mes)

Para acelerar la toma de decisiones, Honda Motor Co. creó un Regional Operating Board (ROB) para cada una de las seis regiones en las que actúa, definiendo los miembros y el nivel de autoridad y poder de decisión de este órgano.

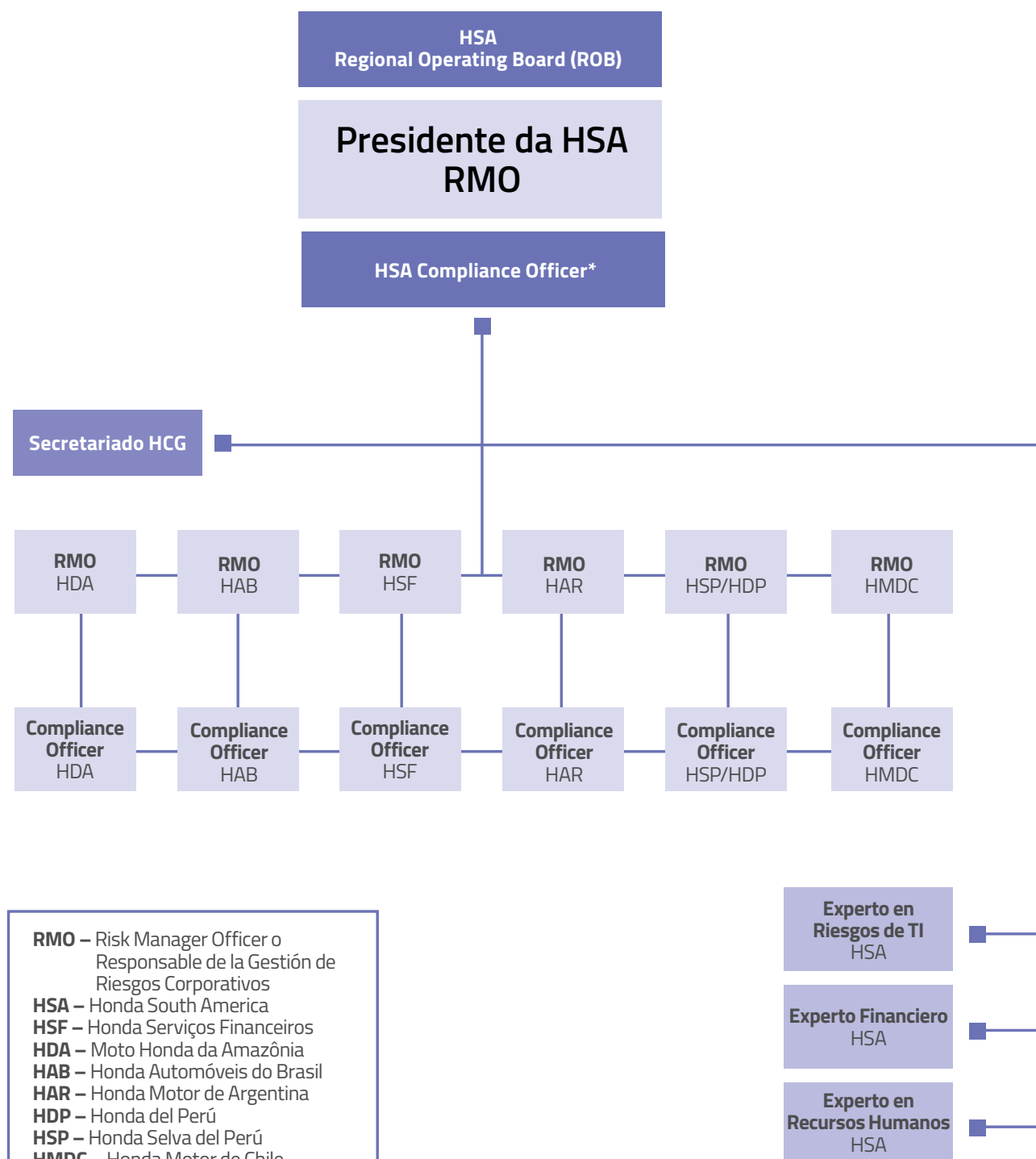
El ROB es la instancia máxima para las decisiones estratégicas, con impacto en toda la región sudamericana, y define también un Comité Dirigente local para cada Unidad de Negocio.

REGIONAL OPERATING BOARD

Miembros	Función
COO	Presidente
Vicepresidente / Director Ejecutivo (nombrado por HM)	Miembro
Secretario (nombrado por el Presidente)	Coordinación de las reuniones
Programación de reuniones	Mensualmente (12 reuniones por año)

Estructura de gobierno corporativo en HSA

(G4-34; G4-38)



* Término en inglés para cumplimiento normativo.

El Compliance Officer de cada país define los miembros de los comités específicos: Canal de Denuncia y Comunicación (Ventanilla HCG),

Gestión de la Información, Autoevaluación HCG, Gestión de Riesgos Corporativos y Prevención de Crisis.

Principales responsabilidades

- Gestión del Código de Conducta
- Ventanilla HCG
- Autoevaluación HCG
- Compliance System
- Política y Normas Corporativas
- Seguridad de la Información Confidencial
- Evaluación SOX

- Definir Comité / Estructura
- Aconsejar y supervisar esos asuntos
- Definir Plan de Acción Anual de Gobierno Corporativo

HCG: Gobierno Corporativo Honda / SOX (Ley Sarbanes-Oxley): ley de Estados Unidos que busca garantizar el cumplimiento de las directrices del área de Compliance.

Para alcanzar los resultados esperados en los próximos 50 años, es fundamental que cada área de la estructura corporativa comprenda plenamente los conceptos, roles y responsabilidades que impactan en el día a día

del trabajo. Es ese cambio de comportamiento, buscando una mayor agilidad, comunicación e integración regional, lo que marcará las diferencias para que cada una de las divisiones consiga cumplir su rol.

Código de Conducta Honda

La actuación de los colaboradores de la empresa está pautada por el Código de Conducta de Honda South America, que señala las directrices en relación con el cumplimiento normativo, seguridad en el tránsito, protección ambiental, gestión de la información y derechos humanos, entre otros aspectos significativos para la compañía.

Para cumplir con los requisitos presentados en el Código, en 2014 se produjo la implantación del Programa de Integridad (anteriormente denominado Programa Pro-Ética). Como parte de la política de prevención a la corrupción de la compañía, este programa ayuda a adecuar los

procesos a la Ley Anticorrupción brasileña, que recientemente entró en vigor. Durante ese año se mapearon todas las áreas de la empresa con la finalidad de identificar cuáles deberían pasar por una capacitación sobre dicho tema.

Para permitir que se denuncien las posibles violaciones al Código de Conducta, los colaboradores cuentan con un canal de comunicación directa con la dirección; se trata de la Ventanilla HCG (Honda Corporate Governance), a través de la cual se pueden manifestar con total sigilo. Las manifestaciones se pueden efectuar por correo electrónico, carta-respuesta o en las urnas repartidas por diferentes puntos estratégicos de la empresa.

Gestión de Riesgos Corporativos

(G4-14)

Honda instituyó una Política de Gestión de Riesgos global, que define las directrices que adoptarán las operaciones regionales y los modelos de conducta a seguir por todos los colaboradores de todas partes del mundo. Para fortalecer las prácticas de gestión en las diferentes regiones, en 2013 se pasó a utilizar un nuevo modelo de gestión de riesgos. Con esta nueva metodología, se pueden identificar, evaluar y tratar los riesgos potenciales y, mediante la creación de medidas preventivas, reducir los impactos financieros y de reputación o incluso convertirlos en oportunidades de

crecimiento para la compañía. Se prevé que estas prácticas se establezcan totalmente en 2016.

Los riesgos corporativos potenciales incluyen riesgos estratégicos, de desaceleración económica, recesión, cambios en las preferencias de los consumidores, aumento de los precios del combustible, crisis financiera y otros factores que provoquen una reducción de la demanda de automóviles, motocicletas y productos de fuerza, afectando, por consiguiente, a los resultados de las operaciones de Honda.

A la vez, en determinados mercados, los precios de los productos pueden sufrir cambios bruscos a lo largo de cortos periodos de tiempo. Esta volatilidad se debe a varios factores, entre los que están la gran competencia en el sector, las fluctuaciones de corto plazo en la demanda provocadas por la inestabilidad de las condiciones económicas, cambios en las tarifas, regulaciones de importación y otros impuestos, fluctuaciones del tipo de cambio, escasez de determinados materiales y repuestos o un fuerte aumento de los precios de las materias primas.

Las regulaciones relativas a los niveles de emisión de los vehículos, al ahorro de combustible, ruido,

sustancias nocivas y en materia de seguridad, así como a los niveles de contaminantes provenientes de instalaciones de producción también son extensas en el sector y se van haciendo cada vez más restrictivas, en especial durante los últimos años, debido a la creciente preocupación con relación a posibles cambios climáticos globales.

Al monitorear estos temas mediante su sistema de gestión, la empresa garantiza que todos los riesgos potenciales sean constantemente evaluados para que las operaciones y el desempeño económico de la compañía se mantengan estables.



Compliance System

Honda South America trabaja para actuar de conformidad con las leyes y regulaciones del sector, así como para definir políticas, normas y procedimientos internos que conduzcan las actividades del negocio de una forma clara y ética.

Para garantizar que se sigan las directrices relacionadas con el área de compliance, la empresa cuenta con una evaluación interna de sus procedimientos, de acuerdo con la ley norteamericana Sarbanes-Oxley (SOX), que busca garantizar la implantación de mecanismos de auditoría y seguridad fiables, incluyendo reglas para la creación de comités encargados de supervisar sus actividades y operaciones.

El área de gobierno corporativo evalúa, anualmente, la implantación y eficiencia de los sistemas de gestión y operación mediante la aplicación de un cuestionario para los gestores de todas las áreas, que posteriormente es analizado y evaluado por cada superior directo.

La idea es ofrecer un panorama general del cumplimiento de la organización en relación con la normativa interna y externa, evaluar la gestión de riesgos, la gestión de información confidencial y la auditoría.

El resultado de esta autoevaluación se presenta ante el consejo y se comunica a la matriz en Japón.



Discurso de la presidencia para los colaboradores sobre las directrices y perspectivas de la empresa

Asociaciones a las que pertenece

(G4-16)

BRASIL

Entidad	Membro Honda no conselho/diretoria
Abraciclo (Asociación Brasileña de Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Scooters, Bicicletas y Similares)	Presidente
Simefre ((Sindicato de la Industria de Materiales y Equipos Ferroviarios, de Carretera y Dos Ruedas)	Vicepresidente
ANFAVEA/SINFAVEA Asociación Nacional de los Fabricantes de Vehículos Automotores / Sindicato Nacional de la Industria de Tractores, Camiones, Automóviles y Vehículos Similares)	Vicepresidente
AEA (Asociación Brasileña de Ingeniería Automotriz)	Dirección
FIEAM (Federación de las Industrias del Estado de Amazonas)	Dirección
CIEAM (Centro de la Industria del Estado de Amazonas)	Dirección
Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo	Dirección
AFICAM (Asociación de los Fabricantes de Componentes de la Amazonia)	Dirección

Honda también participa en discusiones en la Abimaq, AMCHAM, Ciesp, Abeólica, Sindieólica, ABNT y Sindipeças.

ARGENTINA

Entidad
ADEFA (Asociación de Fabricantes de Automotores)
CAFAM (Cámara de Fabricantes de Motovehículos)

CHILE

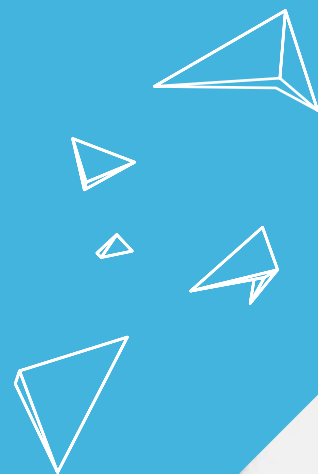
Entidad
ANIM (Asociación Nacional de Importadores de Motocicletas)



HONDA

The Power of Dreams

Desempeño
Económico



Un Año Desafiante

(G4-EC1; G4-EC7; G4-EC8)

Con los principales mercados de América del Sur —entre ellos Brasil, Argentina y Chile— afectados por la caída en los precios de los commodities, 2014 se mostró un año desafiante para la economía de esta región y presentó una retracción con respecto al año anterior.

Ventas automóviles

 **137.909**
unidades

 **8.488**
unidades

 **3.335**
unidades

 **2.094**
unidades

Mercado de automóviles

En la industria de automóviles —según datos de la Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea)—, en 2014 los registros de vehículos presentaron una retracción del 7,1%, con 3,5 millones de unidades comercializadas, por los 3,77 millones de 2013.

En 2014, HSA comercializó 151.826 automóviles, de los que cerca del 90% fueron vendidos por Honda Automóveis Brasil, el 6% por Honda Argentina, y el 4% restante por las unidades de Chile y Perú.

Al igual que los demás fabricantes, Honda Automóveis do Brasil también sintió las dificultades del mercado. Sin embargo, gracias a la estrategia de lanzamiento de nuevos productos

y de acciones comerciales, la empresa cerró 2014 con estabilidad, y la perspectiva es mantener el mismo ritmo al término de 2015. La capacidad de la empresa en mantenerse estable incluso en tiempos difíciles se debe, entre otros aspectos, a la renovación de los modelos Fit, City y Civic.

El modelo Honda Fit llegó a su tercera generación en Brasil y superó las ventas del Civic, el hasta entonces líder de matriculaciones de la marca. Lanzado en Brasil en 2003, el Fit registró el mejor desempeño de su trayectoria en 2014: en el acumulado del año se comercializaron 53.699 unidades, lo que representa un crecimiento del 32% en relación con 2013, año en que se vendieron 40.634 unidades.

Vehículos vendidos por Honda Automóveis do Brasil (HAB)

Modelo					
	Civic	Fit	City	CR-V	Accord
2013	60.977	40.634	29.243	8.272	142
2014	52.269	53.699	24.730	6.935	275

ARGENTINA

Argentina ha sido históricamente el principal mercado de exportación de Honda Automóveis do Brasil en América del Sur. No obstante, en función de la dificultad en su balanza de pagos, en 2014 el número de exportaciones cayó de 8.861 a cerca de 3.800 unidades. En 2015, la recuperación de las exportaciones dependerá de los resultados de los acuerdos que se están estableciendo con otros países.

La fábrica de automóviles de Honda en Argentina seguía operando con la producción del modelo City, que viene siendo gradualmente sustituida por la fabricación del HR-V. En la generación anterior del City, parte

de la producción se exportaba a Brasil para complementar la operación brasileña. En cambio, la nueva versión del modelo comercializada en Brasil (lanzado en septiembre de 2014), se está produciendo totalmente en la fábrica de Sumaré (Sao Paulo).

En la fábrica de Campana se producirán, en 2015, alrededor de 7.000 unidades del modelo HR-V destinadas al mercado brasileño. La exportación a Brasil complementará la producción brasileña, puesto que la fábrica de Sumaré ya funciona a su máxima capacidad.

CHILE

Con la economía a la baja debido al impacto de la cotización del cobre, el mercado automotriz chileno se ha visto afectado en todas las categorías, de forma más grave en el caso de los

vehículos sedán y hatchback. La estrategia en Chile es reforzar la gama SUV y aumentar su participación entre los consumidores de la clase media y jóvenes

PERU

Debido al escenario político inestable, Perú viene pasando por un periodo de pesimismo que provocó una desaceleración en la economía, pero ya con signos de recuperación en 2014. Aun con el impacto negativo en las ventas a causa de

la situación económica (caída del 11%), el mercado todavía tiene un gran potencial de crecimiento, especialmente para la gama de SUV (HR-V).



Nuevo Honda Fit



Línea de montaje de motocicletas en Manaos (Amazonas)



Vendas motocicletas



1.164.712
unidades



104.564
unidades



8.678
unidades



50.721
unidades

Mercado de motocicletas

En los últimos años, el mercado de motocicletas en América del Sur viene acumulando caídas sucesivas en las ventas en virtud de la situación económica desfavorable, afectado por la reducción en los precios de los commodities (petróleo, minería y productos agrícolas). En 2014, no fue diferente: las ventas de Honda South America se redujeron en, aproximadamente, un 13% en comparación con 2013.

En Brasil, cuyo mercado es el más grande de la región, las restricciones de crédito, las variaciones del tipo de cambio y la inflación, que frenan el consumo en general, también son factores que afectan directamente en las ventas. Honda, líder nacional del segmento con más del 80% de cuota de mercado, ha visto cómo se redujeron sus resultados en aproximadamente un 9% en relación con 2013, con cerca de 1.164

millones de unidades comercializadas. En Argentina, segundo mercado para HSA, el descenso aún es más acentuado —en torno del 36%— debido a las limitaciones de transferencia de divisas al exterior.

Para el mercado brasileño como un todo, también se produjo una retracción en los índices de las exportaciones. Según datos de Abraciclo (Asociación Brasileña de Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Scooters, Bicicletas y Similares), el número de motocicletas comercializadas a otros países registró un descenso del 16,3% en comparación con 2013: fueron un total de 98.002 motos exportadas, por las 82.003 de 2014.

No obstante, al contrario de las motocicletas de baja y media cilindrada, el segmento de scooters registró un repunte del 31% en 2014, con cerca

de 40.000 unidades vendidas, por las 29.314 del año anterior. Esta categoría debe continuar creciendo, principalmente en las regiones sur y sudeste brasileñas; no obstante, se cree que las demás regiones están por descubrir sus diferenciales de versatilidad, practicidad, ahorro de combustible, tecnología y estilo.

Para 2015, Honda trabajaba con la previsión de un descenso de alrededor del 5% en el segmento

como un todo, pero los últimos resultados han señalado que las cifras serán menores, pudiendo llegar a una caída del 12%, con comportamientos diferentes cuando se analiza por categoría de vehículo, como es el caso de las scooters y de las motocicletas de alta cilindrada que, a pesar de que no muestran un crecimiento en las ventas para 2015, permanecen más estables que los modelos de baja y media cilindrada.



Honda lidera el mercado nacional de motocicletas, con más del 80% de participación. Y, además, es el fabricante del vehículo más vendido de Brasil: la CG.

Honda PCX, la scooter más vendida de Brasil, contribuye al liderazgo de la marca en la categoría



Honda Scooter PCX, modelo 2014



Motor estacionario Honda siendo utilizado por un vecino de la región ribereña



Ventas de
productos de
fuerza



35.395
unidades



20.628
unidades



5.582
unidades



41.456
unidades

Productos de fuerza

En Brasil, el número de ventas en 2014 llegó al 83% de las realizadas en 2013 (42.832 unidades). Las regiones más representativas para el negocio son norte y centro-oeste, debido al uso de generadores y motores estacionarios en regiones ribereñas. En América del Sur, Chile merece una mención especial, ya que obtuvo un crecimiento del 16% en comparación con 2013.



Motor estacionario Honda

Honda Fit: Totalmente renovado en su tercera generación, el modelo fue el más vendido de HSA en 2014



Honda Wave 110: Responsable de atraer a más motoristas en Argentina y Perú en 2014

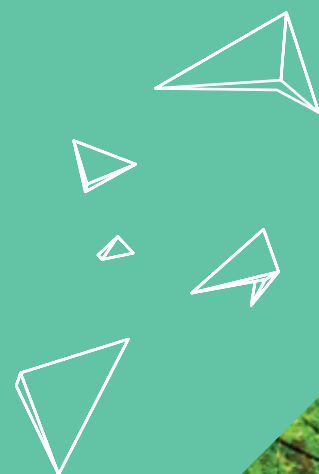


Honda NXR 160 Bros: La motocicleta más vendida por Honda en la actualidad, llegó con el inédito motor de 160 cm³ en noviembre de 2014





En paz con el
Medio Ambiente



Pensando en el Futuro

(G4-EN7)

Con el compromiso de desarrollar y perfeccionar tecnologías respetuosas con el medio ambiente, Honda South America sigue la senda de la innovación y la responsabilidad para ser cada vez más una empresa deseada y admirada por los clientes sudamericanos y mundiales.



BLUE SKIES FOR
OUR CHILDREN

Concretar la alegría y la libertad de la movilidad y una sociedad sostenible en la que las personas puedan disfrutar de la vida: esa es la esencia de la Visión Ambiental y de Seguridad de Honda. Esta directriz también la puede representar el eslogan «Blue Skies for Our Children», mediante el que la compañía expresa, por encima de todo, el desafío continuo de encontrar el equilibrio en todos los procesos de producción, siempre preocupada por mantener unos índices expresivos de contribución con el medio ambiente en el que está insertada.

Gestión ambiental

Buscando involucrar a todas sus esferas de acciones y actividades en América del Sur y en el mundo, Honda se preocupa con la gestión ambiental eficiente para reducir la emisión de contaminantes y los impactos ambientales de sus actividades. Desde que empezó sus actividades en Japón, la compañía siempre se ha esforzado en la preservación del medio ambiente. En los años 70, la empresa introdujo el motor Compound Vortex Controlled Combustion (CVCC), convirtiéndose de esta manera en el primer fabricante de automóviles del mundo en estar de conformidad con la ley norteamericana U.S. Clean Air Act, de 1970 (un reto considerado por muchos como insuperable por aquel entonces).

Con la creación del Comité Ambiental de Japón en 1991, la empresa pasó a construir estrategias focalizadas en la resolución de las cuestiones ambientales del grupo. El año siguiente publicó la Declaración Ambiental de Honda, lo que supuso la divulgación al mercado de la postura de la compañía acerca de la importancia de la reducción de impactos ambientales en cada etapa de los ciclos de vida de sus productos. En la actualidad, este documento es el pilar de todas las iniciativas ambientales de Honda en el mundo.

Teniendo en cuenta el cambio climático, las cuestiones energéticas y el uso eficiente de los recursos, la empresa establece metas y perspectivas para reducir el uso de combustibles fósiles y reducir los impactos ambientales con la reducción a cero de las emisiones de gases de efecto invernadero de sus productos. De esta forma, trabaja con ocho conceptos que garantizan acciones de responsabilidad ambiental en todo el ciclo de vida de los productos:

- **Green Factory:** prevé metas y directrices de sostenibilidad para la reducción de impactos ambientales en el proceso productivo, lo que incluye la gestión de residuos, eficiencia energética, el uso racional del agua y la reducción de emisiones a la atmósfera.
- **Green Dealer:** estimula a la red de concesionarios Honda a destinar adecuadamente el 100% de los residuos generados en la atención al cliente.
- **Green Purchasing:** su objetivo es optimizar el consumo de energía eléctrica y recursos, además de reducir las emisiones de CO₂ provenientes del proceso productivo de los recambios y componentes que abastecen a las fábricas.

- **Green Logistics:** garantiza una reducción constante de los impactos causados en los procesos de transporte de los productos y repuestos de la compañía.
- **Green Office:** busca la adecuación de las oficinas a las directrices de la empresa, con acciones de reciclaje, recogida selectiva y uso racional energía eléctrica, agua y papel.
- **Green IT:** aúna tecnología de punta y preservación ambiental por medio de una serie medidas, como por ejemplo la optimización y transformación de servidores y la creación de centrales de impresión.
- **Green Laboratories:** desarrolla e implanta tecnologías ambientales y energéticas para mejorar el desempeño de los motores Honda, reducir las emisiones al aire y desarrollar productos utilizando energías alternativas.
- **Reciclagem:** trabalha na reciclagem de peças, pneus, componentes e outros materiais gerados nos serviços de pós-venda.



Declaración Ambiental Honda

Nosotros, como uno de los miembros de la sociedad responsables de proteger el medio ambiente global, dedicaremos todos nuestros esfuerzos para contribuir con la salud de los seres humanos y la preservación del medio ambiente en nuestro planeta en cada etapa de

nuestras actividades corporativas Solo así seremos capaces de tener éxito en el futuro, no sólo para nuestra empresa, sino para todo el mundo Cada día debemos perseguir nuestros intereses empresariales de acuerdo con los siguientes principios:

1

Vamos a esforzarnos para reciclar materiales y conservar recursos y energías en todas las etapas del ciclo de vida de nuestros productos, desde la investigación, el proyecto, la producción y las ventas hasta los servicios de posventa y la eliminación.

2

Vamos a dedicar todos nuestros esfuerzos para reducir y encontrar métodos apropiados para la eliminación de los residuos y contaminantes generados por el uso de nuestros productos y en todas las etapas del ciclo de vida de dichos productos.

3

Como miembros de la empresa y de la sociedad, cada uno de nosotros, colaboradores, priorizaremos la importancia de dedicar todos nuestros esfuerzos para proteger la salud humana y el medio ambiente global y haremos nuestra parte para garantizar que la empresa, como un todo, pueda actuar de forma responsable.

4

Vamos a tener en cuenta la influencia de nuestras actividades corporativas sobre el medio ambiente y la sociedad local y vamos a esforzarnos para perfeccionar la reputación social de nuestra empresa.

(redactada y publicada en junio de 1992)



Parque eólico en Xangri-Lá



Capacidad instalada:
80.000
MW por año

Reducción de emisión
de CO₂:
7.000
toneladas por año

Recuperación de la
inversión en:
7,6 años

Negocios Sostenibles

Parque eólico de Xangri-Lá

(G4-EN7)

Consciente de su papel ante el cambio climático, la premisa global de Honda es buscar alternativas para reducir los impactos ambientales de sus operaciones y productos. Un ejemplo de ello es el o parque eólico inaugurado en 2014, en el municipio de Xangri-Lá, estado de Rio Grande do Sul.

Durante dos años, la empresa realizó una serie de estudios y simulaciones, incluyendo diversas fuentes de generación de energía que no emitieran CO₂ durante la producción (eólica, biomasa, solar y pequeñas centrales hidroeléctricas). La eólica demostró ser la mejor opción y dio origen al proyecto de construcción del parque de Xangri-Lá. Este emprendimiento tiene una producción de energía suficiente para abastecer la demanda de la fábrica de

automóviles de Sumaré, reduciendo las emisiones de CO₂ en más de 7.000 toneladas al año (el 30% del total generado por la fábrica). El principal objetivo de esta iniciativa es la que la unidad reduzca las emisiones de CO₂, y en siete años está previsto que se recupere el monto de 100 millones BRL invertido en el proyecto con la reducción de hasta un 45% en gastos con energía.

El parque eólico cuenta con nueve turbinas con potencia de 3,075 MW, proporcionadas por Vestas, empresa con vasta experiencia en el mercado de energías alternativas. La producción programada por año es de 80.000 MW. La energía, transmitida por el SIN (Sistema Interconectado Nacional), será suficiente para abastecer la fábrica, cuya capacidad productiva

es de 120.000 autos por año. Entre los planes para el futuro están la construcción de otros parques para abastecer las fábricas de Manaus e Itirapina.

Los equipamientos vinieron de diversas partes del mundo y, para iniciar la operación, se obtuvieron satisfactoriamente todas las autorizaciones necesarias ante los organismos

reguladores, así como por parte de la agencia transmisora (Eletrosul), agencia distribuidora (CEEE), sector aeroportuario (COMAR), organismo ambiental (FEPAM), Instituto do Patrimônio Histórico (IPHAN, Instituto del Patrimonio Histórico), Departamento de Estradas e Rodagens (DER, Departamento de Carreteras y Circulación), puerto y ayuntamiento del municipio de Xangri-Lá.

Nueva fábrica

(G4-EC7)

La construcción de su segunda fábrica de automóviles en Brasil, en el municipio de Itirapina, en el interior de Sao Paulo, también considera los aspectos ambientales desde el inicio del proyecto. Para garantizar la eficiencia y reducir al máximo las emisiones de contaminantes, este nuevo emprendimiento contará con las más avanzadas tecnologías en procesos productivos, siguiendo el modelo de la fábrica de Yorii, considerada la unidad más moderna de Honda en Japón.

Una de las innovaciones será la implantación de un sistema de pintura a base de agua, que reducirá el consumo de tinta y, por consiguiente, las emisiones de COV (Compuestos Orgánicos Volátiles), garantizando la misma calidad en el producto. Otras acciones que forman parte del concepto Green Factory —como el uso racional del agua, el tratamiento de efluentes, la gestión de residuos y el reciclaje de materiales— también se implantarán en Itirapina.

Antes incluso de empezar a operar, Honda puso en marcha un proyecto de reforestación para la nueva unidad. Se plantarán cerca de 70.000 árboles de especies nativas que formarán parte de un corredor ecológico cercano a un área de preservación permanente. El tradicional jequitibá-branco, considerado uno de los árboles más grandes de la fauna brasileña (pudiendo alcanzar los 50 metros de altura), será uno de los más destacados de la plantación Honda.

Ubicado a unos 200 km de la ciudad de Sao Paulo y a 100 km de la fábrica de automóviles de Sumaré, este proyecto contó con la inversión de 1.000 millones BRL para la adquisición del terreno, de 5,8 millones de m², la compra de equipos y la construcción de las instalaciones. La perspectiva es duplicar la capacidad productiva en el país, pasando de 120.000 a 240.000 automóviles producidos por año.



Una de las innovaciones de la nueva fábrica será la implantación de un sistema de pintura a base de agua, que reducirá el consumo de tinta y, consecuentemente, las emisiones



Obra de implantación de la nueva fábrica de Itirapina



Línea de montaje de Honda Automóveis



IDLING STOP

Lanzada en Brasil en 2013, la scooter PCX presentó al mercado nacional el sistema Idling Stop. Esta tecnología apaga automáticamente el motor cuando el motorista se detiene durante más de tres segundos, y lo enciende cuando se acciona el acelerador. Así, este sistema ayuda a ahorrar combustible y, por consiguiente, se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero al medio ambiente.



AUTO VERDE DEL AÑO

Así fue considerado, en diciembre de 2014, el nuevo Honda Fit, de acuerdo con un jurado compuesto por periodistas especializados de la revista Autoesporte. Este modelo logró la nota A (más eficiente) de consumo en su segmento en el programa de etiquetado vehicular CONPET (Etiqueta Nacional de Conservación de Energía del Inmetro). En la nueva gama, el Fit viene con cambio CVT que, junto con el motor 1.5 i-VTEC FlexOne, permite una significativa reducción de consumo de combustible y de emisión de contaminantes.

Desarrollo de Productos

(G4-EN7)

La fabricación de los productos Honda implica una serie de etapas y metodologías con foco en la excelencia en la producción y en la preservación del medio ambiente. La compañía se preocupa en y busca constantemente desarrollar nuevas tecnologías que puedan satisfacer la creciente demanda mundial por automóviles y motocicletas más respetuosas con el medio ambiente y que posibiliten el empleo de energías más limpias y renovables. Para ello, Honda actúa sobre tres pilares:

1. Productos de alta eficiencia: reducción de emisiones con la mejora de la eficiencia de los motores de combustión interna.
2. Productos innovadores: reducción de las emisiones a partir de tecnologías ambientalmente innovadoras y fuentes diversificadas de energía.
3. Productos revolucionarios: eliminación de las emisiones mediante el empleo de energías renovables.

En 2009, Honda fue pionera al lanzar la primera moto flex del mundo. La empresa ya ha rebasado la cifra de cuatro millones de motos de combustible flexible combustibles producidas en Brasil. En la actualidad, son ocho los modelos flex disponibles en la gama nacional, y representan más del 60% de las ventas de Honda en Brasil. En 2014, Honda también trabajó intensamente para hacer más económico el modelo Honda Fit en relación con las generaciones anteriores. La

mejora en la eficiencia se percibe al comparar el consumo de combustible con el de los modelos anteriores: el 17% en las versiones con cambio automático y un 8% en las versiones con cambio manual. También en 2014, los modelos Honda Fit y City obtuvieron la nota máxima en el ranquin del Inmetro (Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología), que clasifica a los automóviles por eficiencia en consumo de combustible en el Programa de Etiquetagem Veicular (Programa de Etiquetado Vehicular).

Los modelos Civic, CR-V y Accord vienen equipados con el botón ECON, que activa y desactiva la función de mejorar el rendimiento de combustible. Al pulsarlo, varios sistemas del vehículo trabajan para reducir el consumo de combustible, aire acondicionado y piloto automático.

Además, en Japón, la compañía trabaja en el desarrollo de productos que no emiten CO₂. Por medio del uso de tecnologías alternativas, esta categoría de productos utiliza fuentes de energía renovables y tiene una gestión total de energía. El más destacado es el FCX Clarity, un automóvil impulsado por pila de combustible que convierte el hidrógeno en electricidad, con lo que lo único que emite al ambiente es vapor de agua. Se trata del primer vehículo impulsado por hidrógeno que se produce y comercializa en serie. Este modelo ya está disponible en algunos mercados y su nueva generación llegará en 2016.

Compras

Para priorizar la eficiencia energética y hacer buen uso de los recursos naturales con su cadena de suministro, la compañía considera fundamental el trabajo en colaboración con sus proveedores.

Una parte importante del ciclo productivo de la compañía, la adquisición de materiales por parte del Departamento de Compras se lleva a cabo de acuerdo con la regulación ambiental y de calidad exigida por la empresa, abarcando a todos los proveedores. Entre la regulación está la reducción de emisiones de CO₂ en todas las actividades de los procesos productivos, incluyendo la fabricación de repuestos y componentes que abastecen a las fábricas de automóviles y motocicletas. Para ello, en 2009, Honda lanzó el proyecto Green Purchasing y, desde entonces, gestiona los datos de sus asociados con relación a sus emisiones al aire.

En ese estudio, las empresas son evaluadas con respecto a su conocimiento acerca del programa de gestión de emisión de gases causantes del efecto invernadero (GHG Protocol), acerca de sus políticas ambientales y acerca de sus acciones y objetivos en ese sentido. Hasta la fecha, Honda ya ha catalogado los datos de cerca del 70% de sus proveedores.

Por lo que respecta al uso de productos químicos, Honda utiliza el sistema IMDS (International Material Data System) para registrar todos los materiales utilizados en sus vehículos, una herramienta que contribuye al cumplimiento de los diferentes requisitos legales y ambientales de cada país por medio de un sistema electrónico. Este proyecto se desarrolló en colaboración con el departamento de calidad, que verifica que se cumplan correctamente todas las exigencias antes de que se concluya el proceso de compra.

Logística

El sistema de logística de Honda conjuga innovación y sostenibilidad, tanto en el transporte de los automóviles, motocicletas y repuestos a los concesionarios, como en el transporte de los componentes de los proveedores a las fábricas, primando siempre la reducción de los envases y embalajes y la disminución de las emisiones de CO₂.

Con esta intención, el concepto Green Logistics se pensó para mejorar la eficiencia en las operaciones, con foco en el transporte unimodal e integración con empresas colaboradas. En este sentido, Moto Honda da Amazônia cuenta con una compleja operación logística para transportar, anualmente, 1,2 millones de motocicletas fabricadas en Manaus a todo el país, además de las 429.000 toneladas de repuestos transportadas desde los proveedores a la fábrica.

Desde 2007, también utiliza un sistema fluvial para el transporte de motocicletas llamado Swimming Warehouse, que reduce la emisión de CO₂ en 11,5 kg por motocicleta transportada. Además, se implantó un sistema que emplea semirremolques adaptados, prescindiendo así de los racks. Con este cambio, se produjo una

reducción de 6,5 kg de CO₂ en el transporte de cada motocicleta.

Por su parte, Honda Automóveis implantó, en 2013, un nuevo proceso logístico que utiliza camiones bitrén. Esta novedad ha contribuido a reducir la cantidad de desplazamientos diarios y 5,80 kg de CO₂ que dejaron de emitirse por cada automóvil producido.

También para contribuir a mejorar el proceso de transporte de repuestos desde los proveedores a la fábrica, Honda Automóveis sustituyó seis camiones por vehículos impulsados por biodiésel S-10. Esta iniciativa ha arrojado resultados positivos con respecto a la emisión de azufre a la atmósfera. Además del combustible, también se reevaluaron las rutas, lo que hizo posible reducir 0,6 kg de emisión de CO₂ por automóvil producido.

Otra modificación fue la implantación del sistema Shuttle, que mejora el uso de los racks, relleno con piezas todos los huecos disponibles y, así, reduciendo la cantidad de viajes. Esta acción redujo los desplazamientos diarios de 114 a 86, minimizando la emisión de CO₂ en 1,10 kg por automóvil producido.



En 2014, Honda amplió el uso del sistema de cabotaje, con el 27% de sus motocicletas siendo transportadas por este medio, que consiste en la navegación cercana a la costa brasileña, con paradas entre los puertos del país. Esta ampliación es responsable de evitar que se emitan 3,98 toneladas de CO₂ por año —una reducción de 12,5 kg de CO₂ por motocicleta transportada.

Servicios

En 2003, al constatar el crecimiento continuo de la red de concesionarios y el aumento de residuos generados en la prestación de servicios, la empresa desarrolló una iniciativa para reducir los impactos ambientales en la atención posventa.

Con el programa Green Dealer, o Concesionario Ecológico, Honda pasó a emitir una certificación a los concesionarios de motocicletas y automóviles que destinan el 100% de los residuos generados en los servicios de asistencia técnica, como aceite y baterías, de forma correcta y eficiente, algo que se ha convertido en un diferencial competitivo en el mercado automotriz.

Esta certificación tiene una validez de un año y viene con una guía de referencia sobre instalaciones, procedimientos, capacitación del equipo y acuerdos de colaboración con proveedores especializados en gestión de residuos. Esta iniciativa ha sido bien recibida y, en la actualidad, hay 706 concesionarios certificados como Concesionarios Ecológicos.

Al mismo tiempo, Honda incentiva el reciclaje de repuestos, neumáticos, componentes y demás materiales generados en los servicios de posventa. Es por eso por lo que está trabajando para perfeccionar y facilitar el montaje y desmontaje de sus componentes, priorizando el reúso y el reciclado. Estos son los resultados:

Residuos eliminados correctamente



Neumáticos (kg)



Baterías (Un.)



Residuos Sólidos (Kg)



Aceite, lubricantes
y combustibles (l)

Automóviles

2012	40.184	67.857	1.135.222	2.769.198
2013	195.196	39.014	1.442.008	2.709.410
2014	280.471	35.914	1.966.955	3.133.930

Motos

2012	89.960	138.072	2.097.953	5.166.412
2013	285.029	173.315	1.494.500	5.011.355
2014	240.355	177.456	1.654.752	4.878.075



Parque eólico en Xangri-Lá

Eco-eficiencia

El consumo consciente y racional de energía eléctrica viene estudiándose y mejorándose a lo largo de los años. En las actividades corporativas en América del Sur y en el mundo, el empleo de los recursos naturales se

monitorea constantemente y se perfeccionan las prácticas en pro del medio ambiente. A continuación se presentan algunos ejemplos de proyectos que las unidades de HSA implantaron en 2014.

Honda Automóveis do Brasil

Para incentivar las mejores prácticas de sostenibilidad, la planta de Sumaré promueve anualmente el Premio Ambiental Honda. Esta iniciativa premia los proyectos idealizados e implantados por los colaboradores de forma

espontánea, sin ninguna relación con las metas anuales. En 2014, de los 17 trabajos desarrollados, se premiaron las siguientes iniciativas:



Automatización del enfriamiento de las estufas en el área de pintura.

El departamento de pintura de chasis identificó una oportunidad de reducir el consumo de energía eléctrica reprogramando el sistema de enfriamiento de las carrocerías en la salida de las estufas. Los colaboradores modificaron la lógica del sistema, basándose en la cantidad de auto-

móviles en stock y teniendo en cuenta la temperatura del local. Cuando no es necesario enfriar la carrocería, el sistema se apaga automáticamente. Esta modificación generó una reducción anual de 249.360 kWh o 6.134 kg de CO₂ que dejaron de emitirse anualmente.



Ahorro de energía eléctrica

Ahorro de energía eléctrica
Las bombas del área de maquinado trabajaban a plena carga constantemente, generando retorno del excedente de aceite y provocando un aumento de la temperatura. Por medio de una mejora en el sistema, han pasado a funcionar

solo cuando es necesario, eliminado así el retorno de aceite y, consecuentemente, la necesidad de refrigeración por el aumento de temperatura. Esta iniciativa proporcionó un ahorro de energía de 714.695 kWh por año, lo que equivale a 25 toneladas de CO₂ que dejaron de ser emitidas.



Sustitución de las bombillas fluorescentes por bombillas LED

Las bombillas fluorescentes de la oficina de la división de repuestos se sustituyeron por modelos LED, con mayor eficiencia energética y menor mantenimiento, sin que se modificaran las

lámparas actuales, el revestimiento ni la instalación eléctrica. Este cambio generó una reducción anual de 82.948 kWh y, con ello, 20,4 toneladas de CO₂ por año dejaron de emitirse.

Centro de Investigación y Desarrollo Sumaré

El proyecto de construcción del edificio donde está localizado el centro de I+D se desarrolló de acuerdo con los más modernos conceptos de eco-eficiencia y con foco en el uso consciente y responsable de energía eléctrica. Gracias a su sistema de iluminación natural, no hace falta encender las luces durante el día, lo que produce un ahorro de energía. Además, los sensores de movimiento en los baños y las bombillas que se encienden por medio de energía solar en los pasillos externos entre los bloques del edificio ayudan a reducir el consumo.

Otro punto observado en la construcción fue la

permeabilidad del suelo: los bloques del estacionamiento presentan una permeabilidad del 75% de las aguas pluviales. Por su parte, el aire acondicionado, prácticamente insonoro, realiza una inversión de arranque que ahorra energía y también, cuando el agua fría vuelve al punto de ajuste, el chiller se apaga automáticamente.

Cabe destacar que todos los bloques utilizados en esta construcción los produjo un grupo de presidiarios de una institución cercana a la unidad. Este trabajo forma parte de un proyecto de recuperación que cuenta con el apoyo de Honda Automóveis do Brasil.



En todas sus unidades en América del Sur y en el mundo, a Honda monitorea y desarrolla prácticas en pro de la preservación del medio ambiente.

Moto Honda da Amazônia

Reducción del consumo de energía eléctrica: en la fábrica de Manaus, el sistema de refrigeración de agua fría para los procesos productivos y para la climatización fue modificado para optimizar el consumo. Esto ha garantizado una reducción de 1.315 toneladas de CO₂, las cuales dejaron de emitirse anualmente.

Perfeccionamiento de los motores de pintura: la fábrica de Manaus reemplazó 10 motores de bajo desempeño por modelos de alta eficiencia energética en el proceso de pintura. Los nuevos equipos alcanzan el 95,4% de eficiencia, reduciendo la emisión de CO₂ en 24 toneladas por año.

Gas natural: en busca de la optimización de la matriz energética, se empezó a usar gas natural (GN) en vez de gas licuado de petróleo (GLP) en los procesos de generación de vapor, secado de piezas del área de pintura y fusión del aluminio para la fabricación de motocicletas. El gas natural es un combustible que emite cerca de 50% menos CO₂ que el carbón, y un 20% menos que los demás combustibles derivados del petróleo, además de contar con un proceso de quema uniforme y seguro. En esta primera etapa, el uso del GN provocó una reducción de 1.510 toneladas de CO₂ por año.

Honda Motor del Chile

En las nuevas oficinas de Honda Motor Chile S.A. se instalaron luces LED con sensores de movimiento, de baja tensión. Con ello, el consumo

de electricidad en 2014 cayó drásticamente: de 305 MWh a 77 MWh (un 75% de ahorro).

Honda Motor de Argentina

Control de temperatura de la caldera central: la fábrica de Campana pasó a controlar la temperatura de la caldera central. Al llegar los 14 °C, el equipo se apaga automáticamente (antes se apagaba cuando llegaba a los 20 °C), lo que generó la reducción del consumo de energía eléctrica

en 6.682 kWh mensuales, lo que supone 3.608 kg de CO₂ no lanzados a la atmósfera. El uso de gas natural en invierno también presentó un descenso significativo mensual de 15.840 m³. Al cabo de los tres meses de dicha estación, 95.988 kg de CO₂ dejaron de emitirse.

Honda Selva del Peru

Sustitución de bombillas por modelos LED: el área de almacén de repuestos de Callao empezó a adoptar el uso de bombillas LED, que ofrecen una eficiencia energética superior a las bombillas comunes. Gracias a esta medida fue posible reducir en 3,26 toneladas el volumen de emisiones de CO₂ por año.

Refrigeración de agua: en Honda Selva del Perú se instaló un sistema de aislamiento en

el proceso de lavado de chasis. Esta iniciativa permite un mayor mantenimiento de la temperatura del agua, reduciendo el consumo de 4.860 kg de gas y la emisión de 14 toneladas de CO₂ por año. En 2014 se hicieron una serie de mejoras en este proyecto, lo que redujo todavía más el consumo de gas y la emisión de CO₂ a 5.000 kg y 17,5 toneladas al año, respectivamente.



Emisiones

Honda tiene como filosofía reducir los impactos generados durante el ciclo de vida de sus productos, y ello incluye el desarrollo, la fabricación y el uso. Para hacerlo posible, identifica los impactos generados por cada

actividad y toma medidas para minimizarlos. De acuerdo con esa filosofía, la compañía cree en la importancia de calcular y divulgar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y se esfuerza continuamente para

disminuir sus emisiones y minimizar otros impactos ambientales resultantes de sus actividades. Estos esfuerzos se sistematizan y se describen en un plan de acción ambiental de medio plazo, actualizado cada tres años. La empresa también trabaja constantemente en el desarrollo de tecnologías que hagan los vehículos más eficientes, con reducción de consumo y, de emisiones de contaminantes, respetando las particularidades de cada mercado y satisfaciendo las necesidades del consumidor local. Su meta es reducir en un

30% la emisión de CO₂ de aquí a 2020, considerando sus actividades de producción de automóviles, motocicletas y productos de fuerza en todo el mundo, con base en los niveles de hasta los años 2000.

Como parte de este esfuerzo, las unidades de HSA implantaron varias iniciativas de reducción de emisiones en 2014, que tienen el potencial de reducir más de 7.000 toneladas de CO₂e/año. Algunas de estas acciones aparecen en la lista de la página 63 de esta memoria.

Iniciativas

Honda Automóveis do Brasil y Moto Honda da Amazônia son miembros del Programa Brasileño GHG Protocol. En 2014, ambas fábricas recibieron el Selo Ouro [Sello de Oro] del programa, que emplea una metodología creada por el World Resources Institute (WRI) en 1998, en los Estados Unidos, para entender, cuantificar y gestionar emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero).

Esa fue la primera entrega de premios Selo Ouro de Moto Honda da Amazônia en el programa y la cuarta seguida de Honda Automóveis do Brasil. Este reconocimiento se concedió por la divulgación y verificación del inventario de emisión de CO₂ (dióxido de carbono) en los tres alcances evaluados: directa, indirecta por la compra de energía y otras emisiones indirectas.

La empresa participa en talleres de formación para ampliar su conocimiento a la hora de elaborar su inventario de emisiones, y lo ve como una oportunidad de contribuir a la construcción de nuevos métodos y herramientas de cálculo, que se discuten en grupos de trabajo (GT) temáticos. Además, el Registro Público de Emisiones de GEI, proporcionado por el Programa, le da transparencia al proceso y a la divulgación de los inventarios de emisiones en las unidades brasileñas.

Por su parte, el Informe Global CDP 500 de Cambio Climático de 2014, corroboró lo que sucedió los últimos cuatro años: nueva nota máxima para Honda Motor Co., que logró 100 puntos en el análisis de la realización de medidas contra el calentamiento global. El CDP (Carbon Disclosure Project) es una organización internacional sin ánimo de lucro que mide y divulga acciones para

mitigar el cambio climático. El programa Green Purchasing también promueve acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de sus proveedores. Hasta la fecha, 108 socios empresariales forman parte de este programa, incluyendo proveedores de automóviles y motocicletas.

Además, las unidades invierten en la mejora de sus instalaciones y procesos productivos, con el objetivo de minimizar sus impactos en esa área. En 2014, por ejemplo, Honda Selva del Perú implantó en la fábrica de Iquitos un techo translúcido, lo que generó, mediante el ahorro de consumo de energía, la reducción de 1.088 toneladas de CO₂. El Centro de Distribución de Callao también adoptó un sistema de iluminación natural, lo que redujo las emisiones 7,2 toneladas de CO₂ por año.

Por su parte, en Honda Argentina hubo un cambio del sistema de calefacción en la planta de motocicletas de Florencia Varela, que adoptó el modelo eléctrico en detrimento del antiguo, que consumía gasóleo. Su implantación generó una reducción de 31,8 kg de CO₂ emitidos por mes durante el invierno, período de mayor consumo del equipo. A su vez, Honda también se preocupa con la eliminación y manipulación responsable del uso de sustancias químicas potencialmente nocivas, promoviendo iniciativas como la reducción del uso de tinta y disolvente en el departamento de pintura. En Honda Automóveis do Brasil, un cambio del proceso en la cabina de pintura supuso una reducción del consumo de estos insumos en 16.759 litros de material secundario y 34,4 g/m² de área pintada de emisión de compuestos orgánicos volátiles por año.

Honda tiene como meta global reducir en un:

30%

las intensidades de emisiones de CO₂ de sus productos de aquí a 2020, en relación con 2000



PRÊMIO REI 2014

Honda Automóveis do Brasil recibió el premio REI 2014, de la revista Automotive Business, en la categoría Sostenibilidad, por su proyecto de reducción de emisión de CO₂ y autoabastecimiento energético del parque eólico de la compañía.



PRÊMIO ÉPOCA EMPRESA VERDE

Honda Automóveis do Brasil fue distinguida, una vez más, con el Premio Época Empresa Verde 2014. Este galardón es el resultado del estudio realizado por Época en colaboración con PricewaterhouseCoopers, que reconoce a las empresas con las mejores prácticas ambientales en Brasil.

Además, la fábrica operaba con dos estufas de 175 °C, cada una con cuatro quemadores de gas natural. Tras un minucioso estudio, se llegó a la conclusión de que sería posible reducir esa temperatura a 165 °C sin interferir en el resultado final del proceso. Con esta modificación, 62.976 m³ de gas natural dejaron de consumirse por año, lo que representa una reducción de 129,73 toneladas en la emisión de CO₂.

Los departamentos de compras de Honda Automóveis do Brasil y de Moto Honda también cumplen con su parte en cuanto a la reducción de emisiones de GEI (gases de efecto invernadero), al utilizar un sistema digital de

almacenamiento de datos desarrollado por la matriz, en Japón. La herramienta Slim Office ofrece más seguridad en el proceso de adquisición de materiales, y se puede acceder a ella desde cualquier parte del mundo con total automatización. Al recopilar datos y gestionar las emisiones, este sistema hace posible que se siga la evolución de las metas ambientales fijadas por la empresa.

La fábrica de automóviles en Sumaré es la primera del sector en Brasil en ser autosuficiente en energía renovable. Con la inauguración del Xangri-Lá (Rio Grande do Sul), se podrá reducir más de 7.000 toneladas de CO₂ emitidas por año.



Cabina de pintura de Honda Automóveis do Brasil

Resíduos

(G4-EN23)

Al implantar medidas para el reaprovechamiento de materiales, la compañía se esfuerza para concluir el ciclo de vida de todos los materiales empleados en el proceso productivo y reciclarlos completamente. Para ello, desarrolla tecnologías que permiten la reducción, reúso y reciclaje de

residuos. Desde 1970, cuando creó el Comité de Promoción del Medio Ambiente, la empresa viene perfeccionando su sistema de gestión de residuos y promoviendo su eliminación correcta, conforme a la legislación vigente, invirtiendo en medidas que inciten a la reducción de esa generación.



Honda Automóveis do Brasil

En Honda Automóveis do Brasil, los envases y embalajes utilizados en el transporte de los productos se están sustituyendo por otros hechos de materiales retornables. Un ejemplo de ello es el uso de plásticos biodegradables para proteger los asientos de los automóviles producidos en Brasil. Este material se descompone en el medio ambiente en tan solo seis meses, pues presenta en su

composición polímero biodegradable. Siguiendo esa misma premisa, en los automóviles destinados a la exportación, los discos de frenos están protegidos con material fabricado con botellas de PET. Este material es 100% reciclable, no genera residuos y no acumula suciedad, ya que no lleva pegamento.

Mejora de la eficiencia de los contenedores de importación de neumáticos

Los neumáticos importados se embalaban con cartón dentro del contenedor. Después de un análisis, se identificó que los neumáticos podrían transportarse a granel. Con ello, desde octubre de 2014, los neumáticos empezaron a llegar en embalajes retornables hasta el socio empresarial responsable del montaje de las ruedas. Esta acción evitó que se desperdiciaran 48.600 toneladas de cartón por año, lo que supone 9,21 toneladas de CO₂ que dejarán de ser emitidas anualmente.

cuentan con un 35% de agua en su composición. Pensando en eso, el departamento de pintura adaptó el equipo para que el agua escurra, reduciendo así su volumen, y, consecuentemente, la cantidad de tambores necesarios para el transporte. Esta acción supone una reducción de 16,8 toneladas de residuos por año.

Reaprovechamiento del aceite en la línea de montaje

En la máquina de abastecimiento de aceite ATF/MTF había un bloqueo en la válvula que retenía el aceite residual del proceso entre la aguja y la solenoide, siendo posteriormente conducido al depósito y eliminado. Este volumen empezó a reaprovecharse, suponiendo una reducción del consumo de este material de 2.809 litros al año.

Secado de los residuos de tinta de la pintura plástica

Los residuos de tinta de la pintura plástica



Moto Honda da Amazônia

Moto Honda da Amazônia viene, desde 1997, reduciendo el uso de embalajes de madera, aceite de protección, cajas de cartón y de metal en sus procesos. Para ello, la empresa implantó el sistema

de racks metálicos retornables, lo que garantizó la reducción de 3,1 kg de CO₂ por motocicleta transportada desde la fábrica hasta los concesionarios.

Automatización y pintura electrostática en el proceso de pintura de piezas plásticas

Se implantaron cambios significativos en la línea de pintura, con el propósito de minimizar el impacto ambiental generado por la emisión de COV (compuestos orgánicos volátiles) y reducir en un 22% el consumo de materiales. El sistema de aplicación de tinta, que anteriormente era convencional (aplicación manual por alta presión) se sustituyó por el sistema de aplicación automatizado, que utiliza el método electrostático. Esta novedad empezó a emplearse en 2014 y ya presenta unos resultados bastante positivos, como la reducción del 28% en la generación de residuos de tinta, el 32% en el consumo de tintas y disolventes, y el 28% en la emisión de COV al aire.

Reprogramación de la pintura electrostática

El departamento de pintura de aluminio desarrolló nuevos programas que optimizan el consumo de tinta. Esta redefinición se implantó en 2014 en el sistema de pintura electrostática, proporcionando una reducción del 3% en generación de residuos, un 8% en empleo de tinta y un 46% en emisión de partículas en la atmósfera.

Reducción en la eliminación de residuos de la tinta

El sector de pintura de alta temperatura de Honda Componentes da Amazônia pasó a reaprovechar los envases desechados para acondicionar los residuos de tinta, mejorando así el secado del residuo y reduciendo en un 11% el volumen de residuos generado en el área.



Rack metálico retornable para el transporte de motocicletas

Honda del Perú

Nuevo modelo de embalado

En la fábrica de triciclos de Iquitos, el equipo de logística desarrolló un nuevo sistema para almacenar las cajas. El modelo anterior contaba con una estructura de madera, que se envolvía

con plástico para proteger las cajas acondicionadas. Ahora solo se utilizan cajas de cartón, lo que contribuye a que no se generen 3,7 toneladas de residuos cada año.

Agua

(G4-EN8)

Honda adopta e intensifica diversas medidas para gestionar y consumir el agua de la mejor forma posible. Para ello, invierte en investigación y desarrollo de tecnologías que ayudan a reducir el consumo de agua en su proceso productivo y realiza campañas de concienciación entre los colaboradores.

En la planta de Manaus, el agua se capta de un pozo y se bombea a la Estación de Tratamiento de Agua Potable (ETAP), donde se le añaden una serie de productos químicos utilizados para su desinfección, para luego filtrarse y abastecer las canillas y los dispensadores y fuentes de agua de toda la fábrica.

En Honda Automóveis do Brasil, en Sumaré, aunque el abastecimiento de agua para uso industrial se haga a partir de un río cuyo nacedero se encuentra en Minas Gerais, donde no hubo problemas de sequía en 2014, se redobló la atención y se pasó a alertar a los colaboradores en lo relativo al desperdicio. Para garantizar la eficiencia en el uso de los recursos hídricos, las fábricas cuentan con una estación depuradora de aguas residuales para reaprovechar el agua utilizada en el proceso productivo.



Menos consumo

Las unidades de Honda en Sumaré y Manaus vienen desarrollando, constantemente, programas para reducir el consumo de agua. En 2013, por ejemplo, se instalaron nuevos medidores de agua electrónicos en la fábrica de automóviles, lo que facilitó la comprobación individual y la gestión del consumo por departamento. En 2014, estos fueron los proyectos más destacados:

- Instalación de aireadores en las canillas de los comedores y baños de la fábrica de motocicletas en Manaus. El índice de reducción del consumo de agua en las canillas debe llegar al 80%, lo que corresponde a más de 31 millones de litros de agua ahorrados por año. Hasta el fin de 2015, se instalarán 784 aireadores más.
- Desarrollo de un sistema de reaprovechamiento del agua condensada del aire acondicionado del departamento de maquinado de la fábrica de

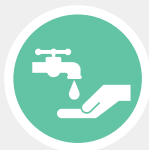
motocicletas para abastecer los aseos y la limpieza del suelo, ahorrándose así 1.582 m³ por año.

- En Honda Componentes da Amazônia se produjo una reducción de 600 m³ no consumo de agua por año en el proceso de galvanoplastia, que consiste en depositar un metal sobre otro mediante la reducción electrolítica. Esto se dio a partir de la implantación de un sistema de reúso del agua de lavado de piezas, que evitó el empleo del agua del pozo para su reposición en los tanques.
- Algunas modificaciones en los procesos de limpieza del departamento de pintura de Honda Automóveis do Brasil ayudaron a reducir el consumo de agua, que cayó hasta los 228,48 m³ por año. Además, esta iniciativa también redujo el consumo de energía eléctrica en 1.323,84 kWh, bajando a 32,6 kg de CO₂ emitidos en la atmósfera por año.



PREMIO FIESP DE CONSERVACIÓN Y REÚSO DE AGUA

Honda Automóveis do Brasil fue galardonada con una mención de honor en la XX edición del Premio FIESP de Mérito Ambiental, erigiéndose en el único fabricante de vehículos en Brasil reconocido con este título en la ceremonia.



Honda invierte en investigación y desarrollo de tecnologías que ayudan a reducir el consumo de agua durante su proceso productivo.

Día Mundial del Medio Ambiente

Para celebrar el Día Mundial del Medio Ambiente, Honda promovió en sus plantas en América del Sur una serie de acciones y actividades para involucrar a los colaboradores en la campaña de concienciación de la empresa. El tema fue el consumo racional de agua, teniendo en cuenta la crisis de este recurso, que asola a numerosas ciudades.

Para ello, se distribuyeron 6.048 cómics de la Turma do Folhinha a los hijos de los colaboradores de todas las unidades de América del Sur.

El tebeo ilustraba al grupo de amigos realizando acciones cotidianas de uso consciente del agua y los beneficios que traen al planeta este tipo de acciones sencillas.



Honda Selva del Perú

Aprovechando las condiciones climáticas de la región, la fábrica de Iquitos captura el agua de la lluvia, abundante durante todo el año, mediante un sistema de drenaje en el techo. Un sistema hidráulico transporta el líquido capturado hasta los aseos, abasteciendo las cisternas y los lavabos. Además, se está desarrollando un sistema de

reaprovechamiento del agua pluvial para ser utilizada en la limpieza del área de pintura. También se realizan campañas de concienciación sobre el consumo racional del agua en la planta de Callao, mediante la diseminación de información a los colaboradores sobre la importancia de preservar este recurso.



Estación depuradora de aguas residuales de Moto Honda da Amazônia

Efluentes

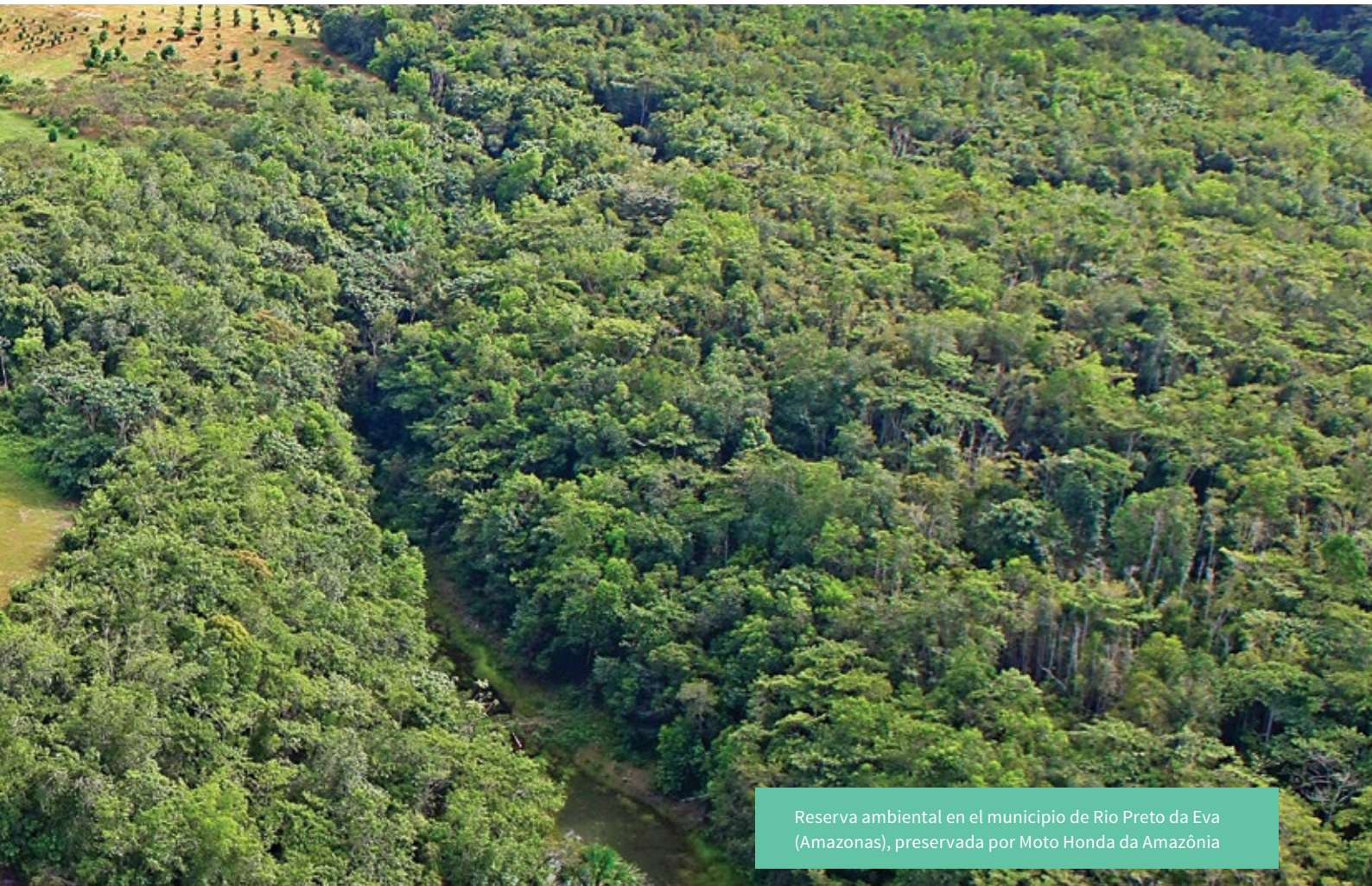
(G4-EN22)

Desde 1966, mucho antes de la creación del término «sostenibilidad» y de la sólida preocupación mundial con la naturaleza, Honda cuida los recursos naturales para minimizar el impacto de sus actividades en el planeta. Ese año, las fábricas de Honda en Japón empezaron a reaprovechar toda el agua que utilizaban. En 1971, en Hamamatsu, surgió la primera estación depuradora de aguas residuales de Honda.

Tras su uso en los procesos de producción, comedores y aseos, y antes de devolverse al medio ambiente, el agua que abastece las plantas de Honda Automóveis en Sumaré (Sao Paulo) y de Moto Honda en Manaus (Amazonas), pasa por un riguroso proceso bioquímico de purificación en las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR), ubicadas en las instalaciones de la propia empresa. Luego del

tratamiento físico-químico y biológico, el efluente pasa por un proceso de desinfección y continúa hacia la laguna de estabilización, donde una parte de ese volumen se utiliza para el riego de los jardines de la fábrica, y otra se devuelve a la naturaleza.

Además de su tratamiento, las unidades también se preocupan con el consumo consciente y trabajan para que sus colaboradores participen en las iniciativas para el mantenimiento de este recurso. Un ejemplo de ello fue la implantación, en 2013, de un sistema de reaprovechamiento de agua desarrollado por el equipo de Manaus, en el que parte del efluente tratado se reutiliza en la preparación de soluciones para la misma estación depuradora, que también necesita ese recurso para funcionar correctamente.



Reserva ambiental en el municipio de Rio Preto da Eva (Amazonas), preservada por Moto Honda da Amazônia

Biodiversidad

(G4-EN11)

Honda privilegia las acciones de preservación del medio ambiente y de la biodiversidad, de acuerdo con las particularidades de la flora y fauna de

cada región en la que actúa. Así, busca adecuar el desarrollo de sus actividades, priorizando siempre la reducción de los impactos ambientales.

Directrices de Biodiversidad de Honda

Como fabricante de productos de movilidad persona, Honda entiende que sus actividades pueden impactar al medio ambiente de varias formas, incluyendo a la biodiversidad.

La empresa considera que la disminución de los impactos ambientales resultantes de sus actividades comerciales y de sus productos representa la mayor contribución que la

organización puede ofrecer para proteger las más variadas formas de vida del planeta. Por ello, creó las Directrices de biodiversidad de Honda, con el fin de fijar prioridades, concentrando sus energías en el desarrollo de las tecnologías ambientales y en la reducción de los impactos de sus actividades, junto con las iniciativas para trabajar en armonía con las comunidades locales.

1

Desarrollar tecnologías para reducir los impactos en el medio ambiente

Honda desarrollará tecnologías para reducir los impactos ambientales de la movilidad personal, ya que esto representa la mayor contribución que la empresa puede hacer. Las tecnologías incluyen vehículos de última generación y aquellas que aprovechan las energías alternativas.

2

Realizar actividades de negocios respetuosas con las especies

El objetivo de Honda es desarrollar actividades de negocios más sostenibles por sí mismas, generando menos contaminantes ambientales, incluyendo los GEI, residuos y sustancias potencialmente peligrosas.

3

Trabajar para proteger los ecosistemas cercanos

Honda ya ha adquirido un vasto conocimiento acerca de cómo mantener y restaurar los ecosistemas mediante sus iniciativas de Community Forest* y Hello Woods**. La empresa utilizará este conocimiento y experiencia para implantar programas, como las actividades HondaWoods, lanzadas en 2014, que ayudan a proteger las especies locales y a hacer sus actividades de negocios más respetuosas con ellas, para su propio beneficio y para el beneficio de las comunidades locales.

4

Dialogar abiertamente con el público

Honda se esforzará para dialogar con el público acerca de los detalles y resultados de las actividades que implante a partir de las nuevas perspectivas que ofrecen estas directrices de biodiversidad.

**Programa de plantación de árboles nativos, en lugar de paredes de hormigón, para dividir las instalaciones de Honda y las comunidades del entorno.*

***Proyecto para integrar a personas, naturaleza y movilidad mediante la restauración de un ecosistema en Japón y actividades educativas para la comunidad.*



Iniciativas que marcan la diferencia (G4-EN11; G4-EN13)

Desde la puesta en marcha del proceso de construcción de la nueva fábrica de Itirapina (Sao Paulo), la compañía tuvo en cuenta aspectos de biodiversidad, incluyendo el de la elección del terreno, compuesto en casi toda su totalidad por una plantación de caña de azúcar, y otra pequeña parte formada por vegetación de cerrado.

Realizando mínimas intervenciones, la intención es plantar 70.000 árboles en el entorno de los 400.000 metros del área de preservación permanente, formando un corredor ecológico en la región.

Por su parte, Moto Honda tiene un terreno localizado en la carretera BR-174, en el municipio

Rio Preto da Eva, ubicado aproximadamente a 50 km de Manaus. Esta área de 1.002 hectáreas, que antes estaba totalmente degradada, tiene, a día de hoy, además de nueve hectáreas que se emplean como campos de prueba para tests de motocicletas, 84 hectáreas de reserva de bosque nativo y 309 hectáreas de plantación (235 hectáreas con especies nativas en peligro de extinción y de valor y 74 hectáreas con árboles frutales) y una huerta hidropónica de lechugas que ocupa un área de 520 m² y produce mensualmente 1 tonelada para atender a la unidad. Una parte de la cosecha de frutas se usa en la propia empresa, y la otra se dona a instituciones de asistencia a niños y ancianos.

Desempeño Ambiental 2014

Energía

(G4-EN3)

Consumo de energía na HSA (GJ)								
	Argentina		Brasil		Chile	Perú		HSA
	HAR 2W	HAR 4W	HAB	Moto Honda		HDP	HSP	
Fuente renovable	-	-	9.067	68	-	-	-	9.135
Fuente no renovable	43.475	56.766	159.202	834.254	3.124	1.935	4.483	1.103.239
Consumo de electricidad	18.742	24.070	238.939	559.048	324	803	1.947	843.872

Emisiones

(G4-EN4; G4-EN15; G4-EN16; G4-EN17)

Emisiones totales (en toneladas métricas de CO2 equivalente)								
	Argentina		Brasil		Chile	Perú		HSA
	HAR 2W	HAR 4W	HAB*	Moto Honda*		HDP	HSP	
Alcance 1	1.335	1.475	15.536	21.023	199	80	182	39.850
Alcance 2	2.728	3.503	9.989	124.526	34	53	348	140.181
Alcance 3	-	-	3.341	-	-	-	-	3.179
Total	4.063	4.978	27.867	145.550	233	133	530	183.210

* Las emisiones de HAB y Moto Honda se calcularon siguiendo la metodología del GHG Protocol.

* Las demás unidades siguen la metodología establecida por Honda Motor, y representan emisiones en toneladas métricas de CO₂.

HAB fue la única unidad que incluyó el alcance 3 en su inventario de gases de efecto invernadero.

ALCANCE 1 – Emisiones directas de gases de efecto invernadero en las actividades de la empresa.

ALCANCE 2 – Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero por el consumo de energía.

ALCANCE 3 – Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, de información opcional, que incluyeron el transporte y distribución (upstream), residuos generados en las operaciones y viajes de negocios.

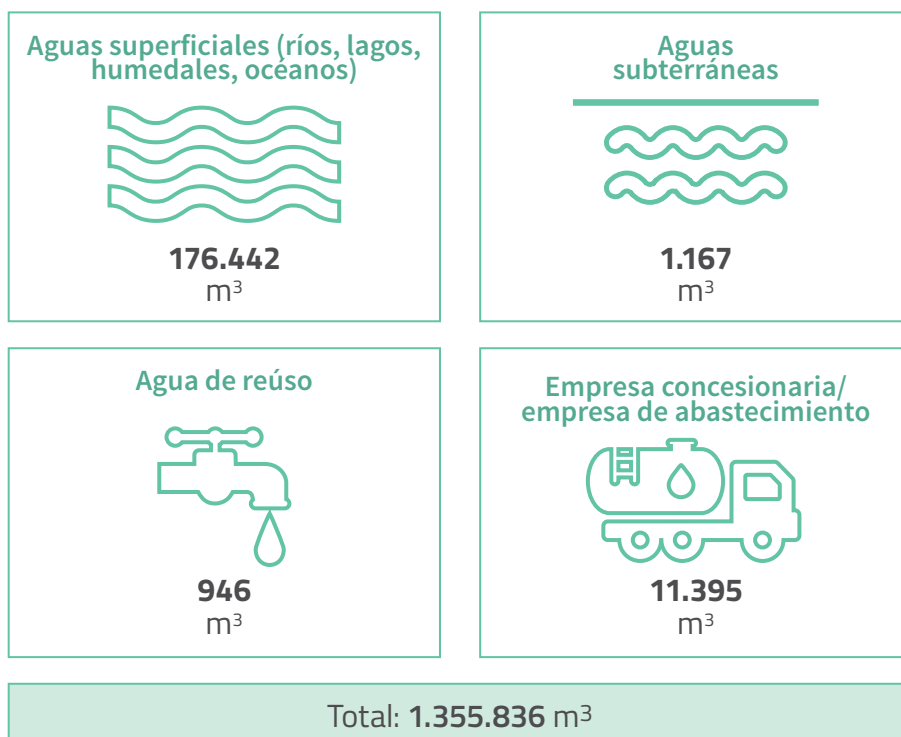
Ejemplos de iniciativas implantadas en 2014 en HSA que contribuyeron a la reducción de CO₂e

Unidad	Iniciativa	Reducción CO ₂ e (kg)/año
Honda Automóveis do Brasil	Reducción del consumo de energía eléctrica en la casa de aire de trabajo de pintura	6.996,8
	Reducción de la frecuencia de la limpieza de las rejillas de las cabinas de pintura	32,6
	Reducción del tiempo de stand by de los equipos en el área de maquinado	208,8
	Desactivación de las lámparas en el túnel de luz para la inspección en la línea de montaje	27,6
	Reducción del consumo de energía con la implantación del sistema de climatización del área de maquinado	5.308,0
	Reducción del consumo de gas natural y energía eléctrica de las estufas del área de pintura plástica	76.600,0
	Sustitución de bombillas en el departamento de mantenimiento general	1.600,9
	Reducción de la temperatura de las estufas de la primera mano del área de pintura	129.730,0
	Reducción de frecuencia de motores en la cabina de pintura	4.420,0
	Ahorro de energía eléctrica en el edificio del Centro de Investigación y Desarrollo	7.675,2
	Automatización del enfriamiento de las estufas en el área de Pintura	6.134,3
	Ahorro de energía eléctrica (Maquinado)	25.000,0
	Sustitución de las bombillas fluorescentes por bombillas LED (División de Repuestos)	20.400,0
	Mejora de la eficiencia de los contenedores de importación de neumáticos	9.210,0
	Nuevos camiones de milk run en el área de pintura plástica	820,0
Moto Honda da Amazônia	Optimización en el transporte de repuestos	16.400,0
	Reducción del consumo de energía eléctrica	1.315.000,0
	Optimización de los motores de pintura	58.000,0
	Sustitución del gas licuado de petróleo por gas Natural	1.510.000,0
	Transporte por tren	95.000,0
Honda Motor de Argentina	Transporte utilizando el cabotaje	3.312.500,0
	Reducción del uso de la caja de aire	46.416,0
	Control de temperatura de la caldera central	106.812,0
	Apagado automático de la torre de enfriamiento	11.164,8
	Control de temperatura del servidor de enfriamiento	49.572,0
	Sustitución del sistema de calefacción	95,4
Honda del Perú	Instalación de tejas translúcidas en la fábrica de Iquitos	1.088,0
	Instalación de tejas translúcidas en la fábrica de Callao	7.200,0
	Sustitución de bombillas por modelos LED	3.260,0
	Nuevo sistema de entregas	243.000,0
Honda Selva del Perú	Aislamiento térmico del agua	17.500,0
TOTAL		7.087.172,4

Agua

(G4-EN8)

Captación total de agua según la fuente (en m³)



Efluentes

(G4-EN22)

Vertido total de efluentes de HSA					
	Argentina	Brasil		Peru	HSA
	HAR	HAB	Moto Honda	HSP	
Cantidad de efluente / año (m ³)	100.254	134.194	550.943	5.801	791.191
Método de tratamiento	EDAR - Biológica	EDAR - Biológica	EDAR - Biológica	Red de alcantarillado	-
Destino	municipal	rio	rio	municipal	-
DBO promedio de lanzamiento del año (mg/l)	9	4	3	26	-
DQO promedio de lanzamiento del año (mg/l)	51	57	20	70	-

DBO: Demanda Bioquímica de Oxígeno / DQO: Demanda Química de Oxígeno

Residuos

(G4-EN23; G4-EN25)

Peso total de los residuos generados y tratados por HSA

Compostaje	489 toneladas
Reutilización	1.012 toneladas
Reciclaje	43.749 toneladas
Recuperación, incluida la recuperación energética	3.452 toneladas
Incineración	1.416 toneladas
Vertedero	531 toneladas
TOTAL	50.648 toneladas

Peso total de los residuos peligrosos transportados por HSA



**6.284
toneladas**

Argentina - 223t

Brasil - 6.054t

Peru - 7t

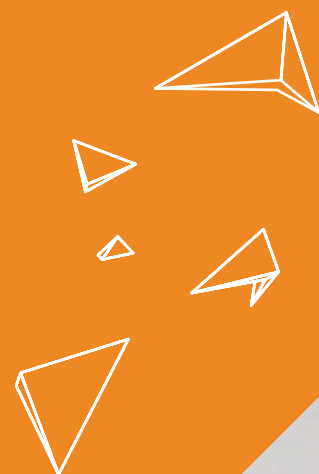
**Chile solo tiene operaciones comerciales, por lo que no transporta residuos peligrosos.*



Colaboradores en el Centro de Desarrollo y Tecnología de Manaos (Amazonas)

A wide-angle photograph of a large, modern computer lab. Numerous people, mostly men in white lab coats, are seated at long white desks, working on computers. The room has a high ceiling with a grid of fluorescent lights and large windows on the upper level. The desks are equipped with multiple monitors, keyboards, and ergonomic chairs. The overall atmosphere is professional and focused.

Compromiso
Social



■ Relaciones Transparentes

Ao valorizar colaboradores e comunidades, a Honda atesta seu compromisso em continuar com ações diretas e transparentes em todos os locais onde atua, envolvendo e facilitando a comunicação entre todos os setores e seus públicos de interesse.

Seguridad en el tránsito

(G4-S01)

En América del Sur, Honda cuenta con cinco unidades del CETH localizadas en Brasil, Argentina y Perú.

La seguridad de quienes utilizan los productos Honda es una preocupación desde que la compañía se fundó. Consciente de su responsabilidad con la sociedad, Honda South America trabaja constantemente para fortalecer aún más sus acciones de concienciación para que el tránsito sea más seguro y armonioso. Para ello, creó diversas actividades de formación para difundir conceptos y prácticas de manejo seguro.

Intercalando teoría y práctica, las clases de manejo seguro de las unidades del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH) en América del Sur son gratuitas y abiertas para clientes empresariales y organismos públicos. Instituciones como el Cuerpo de Bomberos, Policía Militar y Ejército participan a menudo en las capacitaciones.

En Brasil, en 2014, cerca de 25.000 fueron formadas por los equipos del CETH de Indaiatuba (Sao Paulo), Recife (Pernambuco) y Manaus (Amazonas). Sumando las actividades ofrecidas por la red de concesionarios de la marca, el número de personas formadas llega a cerca de

90.000. Con ese resultado, la empresa ya suma más de 630.000 participantes en las actividades realizadas desde 1998, cuando se inauguró el primer CETH, en la región interior de Sao Paulo.

También 2014, el CETH y el Departamento de Tránsito de Sao Paulo iniciaron un acuerdo de colaboración para expandir los cursos para instructores de motoescuelas del estado. El proyecto tiene como objetivo mejorar el conocimiento y las habilidades técnicas de los multiplicadores, responsables de la formación de los motoristas noveles. Para poner la idea en práctica, y capacitar a cientos de instructores, una estructura itinerante de Honda recorre las macrorregiones del estado, como São José do Rio Preto, Taubaté, Bauru y Araraquara, entre otras.

Además, para llevar los conceptos y técnicas de manejo con seguridad a los clientes finales, Honda cuenta con el apoyo de 42 Centros Educativos de Tránsito de los Concesionarios (CETC), cuyos instructores están certificados por los CETH.



Curso de manejo en el Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH) de Indaiatuba

Iniciativas de educación

PALESTRAS HARMONIA NO TRÂNSITO

Las charlas tienen la intención de estimular a los participantes a reflexionar sobre el comportamiento en el tránsito para reducir el número de accidentes. Tratando diversos temas, como la inspección preventiva del vehículo, los equipos de seguridad, las estrategias de tránsito, el alcohol, el uso del teléfono celular, las situaciones adversas encontradas en el tránsito y las técnicas de conducción, en 2014 un total de 13.643 personas asistieron a las charlas de este proyecto en Brasil.

CLUBINHO HONDA

Consciente de la importancia de la educación vial, Honda creó, en 1992, el Clubinho Honda - Tránsito Amigo. El objetivo de este proyecto es enseñarles la importancia de la buena convivencia en el tránsito —entre peatones, ciclistas, conductores y motoristas— a niños, padres y profesores de una forma leve y divertida. Aparte de las actividades educativas itinerantes, los personajes del Clubinho Honda está na internet (www.honda.com.br/clubinhohonda) con materiales didácticos para padres y profesores y juegos educativos.

UNIDAD MÓVIL DE MANEJO

El propósito de esta unidad es apoyar y ampliar las actividades de manejo de Honda, además de motivar y orientar las acciones de manejo de la Red de Concesionarios repartidas por todo

Brasil. En total, 7.509 personas pasaron por la Unidad Móvil de Manejo en 2014.

NUEVA PISTA DE HABILIDADES

Con la intención de mejorar la formación de los nuevos motoristas, se reformó la pista de capacitación de Honda en Indaiatuba (Sao Paulo) para permitir una mejor evaluación de las habilidades de los motoristas. Desarrollada en colaboración con el ayuntamiento de Indaiatuba, los CFC, la Circunscripción Regional de Tránsito local y el Departamento de Tránsito de Sao Paulo, la pista pasó de 300 metros a 850 metros, y ahora cuenta con: señalización vertical y horizontal, capacidad para cambios de marcha con empleo de hasta la 3ª marcha y reducción, cruces, señalización semafórica, paso a desnivel de peatones, cambio de dirección a la izquierda, reductor de velocidad y cruce con detención obligatoria y ceda al paso.

CURSOS ESPECIALES EN PERÚ

En Lima, Perú, el equipo del CETH impartió dos cursos de manejo seguro a diferentes perfiles de público: uno dirigido a motoristas con habilidad para manejar modelos de alta cilindrada y otro para los más aventureros que manejan en pistas off road. En ambos casos, hay técnicas y cuidados específicos para que el manejo del vehículo se realice de forma segura. En total, 170 motoristas participaron en estas actividades.



PÁGINA WEB “ARMONÍA EN EL TRÁNSITO”

Para diseminar los contenidos educativos desarrollados por el CETH, este portal brinda información de seguridad en el tránsito de forma didáctica y dinámica. En 2014 hubo más de 91.666 visitas de más de 100 países diferentes al sitio, que tiene un archivo de más de 100 videos y animaciones 3D.

Más información en:

www.honda.com.br/harmonianotransito

Seguridad del producto

Con el objetivo de crear vehículos cada vez más seguros para los clientes, Honda invierte

constantemente en tecnologías de punta en todo el mundo. Algunos ejemplos son:

AIRBAG PARA MOTOS

El primer sistema de airbag para motocicletas del mundo lo lanzó Honda Motor Co. en 2006. Este mecanismo está instalado en el modelo GL 1800 Gold Wing, también comercializado en Brasil.

CRASH TEST

Localizado en Japón, el Centro de Pruebas de Choque (Crash test) es uno de los más avanzados del mundo. Su área cubierta de 41.000 m² posibilita realizar pruebas en cualquier condición climática y que la reproducción de los impactos de colisiones con vehículos de varios tamaños, a diferentes velocidades y direcciones, sea precisa.

INGENIERÍA DE COMPATIBILIDAD AVANZADA

Todos los vehículos comercializados por Honda Automóveis do Brasil vienen con una carrocería compuesta por diferentes aleaciones de acero que ayudan a absorber los impactos frontales, laterales y traseros. Estas aleaciones distribuidas por la carrocería tienen diferentes niveles de resistencia, lo que mejora la dispersión de energía en caso de colisión. De esta forma, el habitáculo del vehículo queda preservado, evitando lesiones

a sus ocupantes. Asimismo, los modelos Honda están equipados con cinturón de seguridad de tres puntos y reposacabezas en todos sus asientos, además de un sistema de anclaje para sillas infantiles.

SISTEMAS DE FRENOS

En 2014, la CG 150 Titan, uno de los modelos más vendidos en Brasil, pasó a contar con la tecnología de frenos CBS, conocida como Combi-Brake, que distribuye la fuerza de frenado entre las dos ruedas automáticamente, haciendo que el piloto reduzca la velocidad de una forma más segura y eficaz. Esto no es más que un nuevo resultado de la experiencia Honda con la tecnología de frenos. En la década de 50, la empresa patentó un sistema ABS para motocicletas. En la década siguiente, fue la primera marca del mundo en adoptar el freno de disco en la rueda delantera para las motos producidas a gran escala. En 2008 se lanzó el primer sistema de frenos C-ABS para superdeportivas, y en los últimos años la tecnología se extendió a las motos de media cilindrada, como la CB 300R y la XRE 300.



CG 150 Titan 2014

Desarrollo Comunitario

(G4-EC7; G4-SO1)

Buscando relacionarse estrechamente con las comunidades en donde actúa, Honda mantiene diversos proyectos de ayuda e incentivo a prácticas

culturales, e implanta proyectos de desarrollo social y educativo. A continuación se muestran algunos ejemplos de estas iniciativas.



Niños del proyecto de musicalización y formación de instrumentistas

MÚSICA, CIUDADANÍA Y SOLIDARIDAD

Mediante la ley «Rouanet», Honda patrocina presentaciones de la Filarmónica Bachiana, regida por el maestro João Carlos Martins. Desde hace cuatro años, este proyecto conjunto también atiende anualmente a cerca de 90 jóvenes en la comunidad carente de Paraisópolis (zona sur de Sao Paulo), con el proyecto de musicalización y formación de instrumentistas, que ofrece clases de música clásica. La idea es transformar la vida de estos jóvenes por medio de la educación y la cultura, proporcionando la profesionalización.

PLATOS POPULARES: FÁCIL Y CIUDADANO

Fruto del acuerdo de colaboración entre Honda y el ayuntamiento de Manaus (Prato Fácil) y el Gobierno del Estado de Amazonas (Prato Cidadão), esta iniciativa ofrece 500 comidas diarias en restaurantes populares. Todos los meses se benefician más de 20.000 personas, para un total de 1,5 millones de personas que ya han sido favorecidas.

UNIDOS POR LA SUSTENTABILIDAD

En las comunidades de los alrededores de las unidades instaladas en Argentina, Honda realiza un programa anual llamado «Pioneros en movimiento, unidos por la sustentabilidad». Basada en los cuatro pilares de la marca —Medio ambiente, Educación, Seguridad en el tránsito y Comunidad—, esta iniciativa se dirige a estudiantes y profesores de educación primaria de la red municipal y prevé la realización de talleres lúdicos y didácticos sobre temas relacionados con la responsabilidad social y ambiental de cada individuo. En 2014, 3.594 alumnos y 168 profesores se vieron

beneficiados por esta acción, cuyo objetivo es el de contribuir a formar ciudadanos más responsables y que puedan multiplicar conceptos de ciudadanía para esta y las próximas generaciones.

PROYECTO PELOTÓN INFANTIL AMBIENTAL – CONCIENCIA LIMPIA

Este proyecto —dirigido a adolescentes de entre 12 y 17 años expuestos a riesgos sociales de las comunidades instaladas a lo largo del Igarapé do Quarenta (Amazonas)— promueve actividades educativas sobre temas ambientales, de salud y ciudadanía, además de realizar consultas psicológicas. En total, 40 niños y niñas reciben el apoyo de esta iniciativa.

SEMBRANDO EDUCACIÓN EN ITIRAPINA

En 2014, Honda impartió en dicha ciudad el taller Sembrar —que consta de actividades educativas y recreativas sobre el medio ambiente, seguridad en el tránsito y cultura— a niños y niñas de entre cuatro y seis años, acompañados de sus familiares. En Itirapina (interior de Sao Paulo) se está construyendo la segunda fábrica de Honda Automóveis do Brasil del país.

REFUERZO EN LA ATENCIÓN A LA POBLACIÓN DE MANAOS

En 2014, Moto Honda da Amazônia donó al ayuntamiento municipal de Manaus 12 motocicletas Honda XRE 300, equipadas con dos botiquines de primeros auxilios (desfibrilador, collar cervical, manta isotérmica, respirador artificial, kits para quemaduras, suero, férulas, vendas elásticas y gasas). La intención es reforzar la atención prestada por el Servicio de Atención Móvil de Urgencia (Samu).



FORMACIÓN PROFESIONAL UN PRESENTE PARA EL FUTURO

Creado por Honda en 2007, el curso de iniciación profesional en mecánica vehicular tiene una carga horaria de 800 horas y es el puente para un futuro mejor para jóvenes de entre 17 y 19 años, que encuentran una oportunidad para entrar en el mercado de trabajo. En 2014 se formaron 12 jóvenes en región metropolitana de Recife (Pernambuco). Desde su implantación, 149 jóvenes se han beneficiado de este proyecto. La tasa de empleabilidad es significativa: el 85% de los participantes ya trabajan en concesionarios locales.



PROGRAMA DE RECICLAJE EN EL HOSPITAL GARRAHAN

Todas las unidades de Honda en Argentina apoyan al Hospital Infantil Garrahan. La principal actividad de esta asociación son las campañas de recolección de materiales entre los colaboradores de las unidades. En 2014, las cifras fueron expresivas: 2.929 kg de papel reciclados (el equivalente a 50 árboles) y 1.196 kg de tapones de botellas de plástico recolectados, evitando que 2.153 kg de CO₂ fuesen emitidos en la atmósfera. Aparte de actuar directamente en la preservación ambiental, el proyecto revierte las cuantías recaudadas por la venta de materiales para ayudar a costear los tratamientos que los niños y niñas reciben en el hospital.

Colaboradores



Colaboradora en la línea de montaje

El compromiso social de Honda en América del Sur empieza con el ofrecimiento de un ambiente de trabajo adecuado y seguro a su amplia y variada plantilla. A pesar de sus 65 años de existencia y 44 de actuación en Brasil, la marca sigue siendo una referencia gracias a su espíritu joven, desafiante y en constante evolución. Y eso también se refleja en sus colaboradores.

La empresa incentiva y anima a cada persona a tener sus propios sueños y a mantener el su espíritu siempre joven para hacerlos realidad. Para ello, busca promover el respeto a las características individuales y la relación de igualdad y confianza, valorizando siempre la iniciativa y el trabajo en equipo.

La Política de gestión de Honda establece cinco puntos para guiar a sus colaboradores en sus responsabilidades diarias, todos en línea con la filosofía Honda:

Mantener siempre el sueño y el espíritu joven.

Valorizar las teorías, ideas y el tiempo.

Amar su trabajo y valorizar la comunicación.

Crear, constantemente, un flujo de trabajo armonioso.

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

Hoy, HSA cuenta con casi 13.000 empleados directos y 1.710 subcontractados, repartidos en las fábricas y oficinas del grupo en el continente sudamericano.



Nueva sede de Honda en la ciudad de Sumaré, interior del estado de Sao Paulo

Cambio de sede

Con el cambio de la sede de la empresa de Sao Paulo a Sumaré, en el interior del estado, se hizo necesaria la recolocación y el traslado de colaboradores. El cambio se comunicó con más de un año de antelación para que los colaboradores tuviesen tiempo de organizarse. Desde 2013, Honda puso a disposición varios consultores de RR.HH. para escucharles y satisfacer, en la medida de lo posible, las expectativas de cada uno de ellos. Además, se ofrecieron tours por las ciudades del interior y un micrositio interno con toda la información más importante sobre la región metropolitana

de Campinas (RMC): inmobiliarias, hospitales, colegios, opciones de ocio, etc.

La mayoría de los colaboradores del área administrativa se mudó a ciudades cercanas a la nueva instalación. Muchos de quienes no pudieron ir a la nueva localidad fueron destinados a áreas que permanecieron en Sao Paulo. Por su parte, los que optaron por desvincularse, recibieron todos los derechos previstos por la ley y la empresa les ayudó a recolocarse en el mercado.

Desarrollo de personas

(G4-LA9)

La empresa tiene una cultura corporativa orientada al desarrollo continuo de las personas, y ofrece a sus colaboradores la oportunidad de manifestar sus fortalezas y adquirir nuevas competencias. De esta manera, desarrollo profesional en Honda pasa no solo por los programas de formación, sino también por oportunidades internas de actuación en otras áreas mediante reclutamiento interno y por la práctica de la rotación de puestos de trabajo (job rotation) en la que, en 2014, participaron un 8,55% de los gestores de Honda Automóveis y el

21% de los gestores de Moto Honda da Amazônia. Como parte de esa estrategia de desarrollo personal y diseminación de la filosofía Honda a todos los colaboradores y gestores, la compañía tiene un plan interno de Desarrollo y Formación que incluye capacitaciones técnicas, de gestión y liderazgo, así como programas para fortalecer la cultura organizacional.

Con base en la premisa del desarrollo de los colaboradores, HSA ofreció, en 2014, casi 166.000 horas de formación a todos sus colaboradores.



Honda cuenta con programas de desarrollo profesional para capacitar a los futuros líderes de la compañía.

Esto representa un promedio de, aproximadamente, 161 horas por colaborador.

En cuanto a los funcionarios del área de seguridad, estos recibieron aproximadamente 130 horas de formación. Este total representa cerca de una hora y media por colaborador.

Para atraer a los jóvenes profesionales que están buscando empleo, Honda mantiene el programa Jóvenes Talentos. Esta iniciativa ofrece a los nuevos estudiantes en prácticas y trainees un programa especial de actividades y capacitaciones que contribuyen al desarrollo profesional y a la construcción de una carrera sólida dentro de la compañía.



Esta iniciativa desarrolla talentos para la futura generación de colaboradores de la empresa.

Global Assignment Program (GAP)

El Global Assignment Program, un programa estratégico de desarrollo internacional, se foca en capacitar a la próxima generación para actuar en un entorno globalizado y liderar las estrategias y cambios de Honda. Los objetivos de desarrollo están vinculados a:

- Capacitación técnica y de gestión (liderazgo);
- Adquisición de know-how;
- Benchmarking de las operaciones mundiales de Honda;

- Experiencia internacional y networking;
- Aprendizaje de nuevos procesos de puedan aplicarse en Brasil.

En 2014, 18 colaboradores de Honda Automóviles y siete de Moto Honda participaron en el GAP en periodos de desarrollo que variaron de uno a seis meses en Japón, Estados Unidos y otros destinos.

Programa de Desarrollo de Ejecutivos

(G4-LA10)

Para fortalecer el rol de los líderes locales y preparar el desarrollo de la próxima generación de líderes Honda para América del Sur, se creó, en 2014, el EDP (Executive Development Program). Desarrollado en colaboración con el ISE Business School, este programa ofrece un plan diversificado de actividades que les garantiza una formación completa a sus participantes. Ejecutivos de distintas áreas de negocio interactúan entre sí desde una perspectiva que contempla la visión del macroentorno de la industria automotriz y ahondan en análisis financieros de la organización. El programa se organiza en tres pilares: Filosofía y Cultura Honda, Liderazgo y Gestión de Personas y Estrategia de Negocios. Entre las herramientas de desarrollo practicadas están la Evaluación 360°, Test de Personalidad (MBTI), Plan de Desarrollo

Individual (PDI) y Coaching Profesional con sesión que buscan apoyar la implantación de los PDIs. El intercambio de experiencias e ideas entre los participantes toma forma mediante la elaboración de un grupo transdisciplinar CFT (Cross Functional Team). La responsabilidad de esta actividad es crear un proyecto multidisciplinar de alta relevancia estratégica, con un tema definido por la dirección de la empresa que, con el apoyo de área de RR.HH., actúa como orientadora de los miembros del equipo. Además de propiciar unos resultados tangibles para el negocio, el desarrollo y la implantación de este proyecto permite la transposición del aprendizaje teórico al contexto práctico de la organización, ampliando la conectividad entre el grupo de participantes y solidificando una visión única de gestión a todas las áreas de la empresa.

Remuneración y beneficios



La política de remuneración de Honda se basa en dos premisas: la equidad interna, garantizando que las personas con responsabilidades semejantes tengan remuneraciones equivalentes; y la competitividad externa, garantizando una remuneración justa con relación al mercado.

A fin de asegurar un programa de remuneración cada vez más meritocrático y, principalmente, capaz de sentar las bases para sostener un crecimiento continuo de los negocios dentro de un escenario altamente competitivo, se implantó, en 2014, el proyecto de reestructuración de cargos y salarios.

Este trabajo se realizó codo a codo con una consultoría especializada y siguió la metodología Global Grading System, proporcionándole a Honda South America la oportunidad de llevar a cabo las prácticas más modernas en el área de remuneración. Para ello, se realizó una amplia evaluación de los cargos, analizando el nivel de competencia técnica, el alcance de las actividades, las responsabilidades y el impacto de cada uno de esos puestos para la organización.

Con ello, se pudo tener una visión clara de la estructura para desarrollar estrategias específicas para cada una de las funciones, y acordes con las prioridades del negocio. Las evoluciones salariales y el pago de remuneraciones variables se basan en el rendimiento del colaborador a partir de las evaluaciones de metas y competencia.

Así mismo, la empresa cuenta con diversas formas de beneficios, incluyendo la Participación en Beneficios y Resultados y programas de bonificación que varían conforme a los resultados del negocio y a la evaluación del desempeño individual. Además, ofrece méritos y ascensos en función del desempeño. Para optar al mérito, es necesario tener un año de antigüedad, llevar al menos un año sin recibir aumento salarial y tener una buena evaluación del desempeño durante el último año.

En 2014, con el cambio de la sede administrativa de Sao Paulo al municipio de Sumaré, Honda ofreció a sus colaboradores un plus de traslado.



La política de remuneración de Honda se basa en dos premisas: equidad interna y competitividad externa.

Honda resalta su principio de igualdad por medio de prácticas que facilitan la comunicación entre todos los niveles jerárquicos de la empresa

Diversidad e igualdad

Honda valoriza un ambiente de trabajo abierto, ofreciendo autonomía y equidad entre todos. Por ello, ningún colaborador, ni siquiera los directores y miembros de la presidencia, cuentan con salas separadas. En las unidades, todos comparten comedor y vestuario, independientemente de su área de actuación o nivel jerárquico. Además de resaltar el principio de la igualdad, esta práctica busca facilitar la comunicación entre todos los niveles y la integración entre áreas y compañeros, fomentando así el trabajo en equipo.

Para reforzar la imagen de paridad entre los colaboradores de HSA, todo el personal de las plantas fabriles viste un uniforme blanco, incluso el área administrativa y los altos directivos, lo que refuerza el concepto de organización, limpieza y calidad. Los colaboradores tienen, además, la posibilidad de emplear gratuitamente la lavandería industrial para lavar sus uniformes.

En el área de Derechos Humanos, la empresa se mantiene firme para que sus actividades no fomenten ni sean conniventes con ningún tipo de violación o explotación.

Relaciones laborales y sindicales

(G4-11)

Honda vela por el cumplimiento de las leyes, la normativa laboral y los convenios colectivos negociados con los sindicatos en cada localidad en la que actúa, estimulando así una relación de confianza mutua entre colaboradores y empresa, y considerando aspectos como la libertad de asociación y el diálogo constante.

Para garantizar que los siempre se tengan en cuenta los intereses de la principal clase de trabajadores de la empresa, todos los profesionales de la sede administrativa pasaron a formar parte, en 2014, del Sindicato de los Metalúrgicos de Campinas. Este organismo realiza asambleas con todos los colaboradores para aprobar las propuestas negociadas entre empresa y sindicato. Honda divulga estos eventos y las resoluciones tomadas a partir de la herramienta RRHH Informa (e-mail y tableros de anuncios).

Por lo que respecta a desvinculaciones y despidos, la empresa también mantiene una

actuación responsable mediante el cumplimiento de las leyes y ofreciendo herramientas para asegurar los derechos de sus trabajadores. A pesar de las dificultades a las que se enfrenta el sector automotriz los últimos años, Honda Automóveis do Brasil cerró 2014 con estabilidad de ventas. Por eso no hubo ninguna previsión de Programas de Dimisión Voluntaria (PDV) ni lay-off (herramienta jurídica que permite la suspensión temporal del contrato de trabajo). En cuanto a la fábrica de motocicletas, en Manaus, en función de una serie de ajustes de producción en la unidad, las eventuales desvinculaciones voluntarias no se han repuesto.

Otro aspecto de suma importancia en las relaciones laborales tiene que ver con la salud y seguridad. Estos temas reciben una atención especial de la empresa mediante inversiones en seguridad, ergonomía y salud ocupacional, siempre siguiendo las leyes y regulaciones del sector.

Seguridad y Calidad de Vida

(G4-LA8)

Consciente de la importancia que tiene la calidad de vida y la seguridad para sus colaboradores, Honda invierte en iniciativas que incluyen actos de incentivo al deporte, servicios de salud, capacitaciones y acciones de concienciación, como una semana de charlas para reforzarles a los colaboradores la importancia de la seguridad y otros temas relacionados con la salud.

Además, las diversas áreas de la empresa tiene representantes en el Comité de Salud y Seguridad, que centraliza los datos sectoriales y trata temas relevantes para los colaboradores que participan en las diferentes actividades realizadas por Honda.

Los resultados se presentan mensualmente a la dirección, y las actividades se centran más en el área productiva, aunque también hay representantes en el área administrativa.

Cada representante se encarga de recibir la información del departamento de seguridad laboral, distribuirla a los equipos, centralizar los datos sectoriales, preparar los informes y enviárselos de nuevo al área de seguridad para consolidar la información y elaborar la presentación que se realizará ante la dirección. En la fábrica de Manaos, por ejemplo, el comité se divide en tres frentes:

1

Ergonomía

Cinco miembros expertos en ergonomía y 43 miembros que representan a todas las unidades autónomas de las fábricas (HDA, HCA y HTA) se encargan de cumplir la meta fijada por el

departamento de ergonomía, respetando los plazos estipulados en el cronograma (mapeo, mejora de puesto, seguimiento de proyectos, etc.).

2

Salud

Equipo formado por tres médicos del trabajo y otros médicos especialistas y asistenciales, encargados de realizar revisiones periódicas,

consultas especializadas, consultas clínicas y ordenar la realización de los análisis y tratamientos adecuados según el caso.

3

Seguridad

Tres ingenieros del trabajo, 15 técnicos de seguridad y siete representantes de unidades autónomas se reúnen semanalmente para

discutir las metas, divulgar las buenas prácticas y realizar revisiones laterales relativas a la seguridad laboral.



PRÊMIO DUPONT

Por tercer año consecutivo, Honda Automóveis participó en la entrega de premios que reconoce a las empresas con las mejores prácticas de prevención, en pro de la seguridad y salud del trabajador. Y fue premiada en todas las ocasiones: en 2012 y 2013, 1er lugar en las categorías Corte y Abrasión y Protección Química; y en 2014, 2º lugar en la categoría Protección Térmica.

Las principales enfermedades profesionales susceptibles de incidencia en las actividades de Honda tienen que ver con la ergonomía. Por ello, la empresa refuerza medidas de prevención y tratamiento en esa área, por lo que cuenta con una comisión interna de ergonomía. Esta comisión actúa a partir del Análisis Ergonómico del Trabajo (AET), utilizando herramientas ergonómicas, estándares de alcance y fuerza, entrevistas con colaboradores y consulta con un médico del trabajo para eliminar y reducir los riesgos existentes en los puestos de trabajo. Se mapean todos los procesos productivos de la empresa con el objetivo que poder identificar las oportunidades de mejora. Estas acciones las gestiona el equipo de ergonomía del sector de seguridad del trabajo, con la ayuda mutua de la comisión interna de ergonomía y la participación directa de los representantes de las áreas.

Para cumplir las normas reguladoras, se realizan todas las capacitaciones de seguridad previstas por ley, como: capacitación y reciclaje de brigada de emergencia; seguridad en la operación de prensas, similares e inyectoras; trabajos en espacios confinados; trabajos en altura; operación de montacargas; puente grúa; curso de seguridad en instalaciones y servicios con electricidad; operación de plataformas elevadoras; etc. La compañía tampoco escatima esfuerzos para garantizar que los riesgos de accidentes laborales se monitoreen cuidadosamente. Para ello, HSA cuenta con un

sistema de gestión de riesgos que clasifica, trata o controla los riesgos que se identificaron en la fábrica y que tengan una clasificación (grado) trivial, tolerable y, como máximo, moderada. Su aplicación pretende controlar los riesgos en los ambientes de trabajo, eliminándolos o manteniéndolos bajo control.

Moto Honda y Honda Automóveis cuentan con un equipo externo responsable del servicio de fisioterapia y el programa de prevención osteomuscular, conducido por dos técnicos de seguridad laboral especializados en ergonomía, un médico del trabajo y un fisioterapeuta, que se encargan del seguimiento de los colaboradores que entregan certificados osteomusculares en el ambulatorio. Todas las evaluaciones que hace el programa se discuten semanalmente, de forma individual entre los miembros del equipo multidisciplinario, a fin de trazar medidas de mejoras y prevención de nuevas reclamaciones o riesgos. El tratamiento fisioterápico se realiza en las instalaciones de la empresa.

En la unidad de Manaos, los colaboradores cuentan, además, con un ambulatorio de especialidades formado por profesionales de múltiples áreas, como ortopedistas, cardiólogos, oftalmólogos, otorrinolaringólogos, ginecólogos, etc., que trabajan con equipos para el análisis de imagen (ultrasonido y rayos X), además de exámenes ginecológicos, oftalmológicos y electrocardiograma, entre otros.

Indicadores de desempeño social

(G4-9; G4-10)

Total de colaboradores por sexo y por categoría laboral			
	Hombres	Mujeres	Total
Directores	15	0	15
Gestores (gerencia y supervisión)	560	45	605
Analista y Jefes	1.990	546	2.536
Operativo	9.768	1.003	10.771
Total	12.333	1.594	13.927

Datos referentes al período comprendido entre el 01/04/2014 y el 31/03/15 (año fiscal japonés)

		Hombres	Mujeres	Total
Hasta 30 años	Directores	0	0	0
	Gestores (gerencia y supervisión)	3	1	4
	Analista y Jefes	513	165	678
	Operativo	3.881	468	4.349
Total hasta 30 años		4.397	634	5.031
Mayores de 30 años	Directores	1	0	1
	Gestores (gerencia y supervisión)	463	37	500
	Analista y Jefes	1.365	360	1.725
	Operativo	5.549	516	6.065
Total entre 31 y 50 años		7.378	913	8.291
Mayores de 50 años	Directores	14	0	14
	Gestores (gerencia y supervisión)	94	7	101
	Analista y Jefes	112	21	133
	Operativo	338	19	357
Total mayores de 50 años		558	47	605
Total		12.333	1.594	13.927

Datos referentes al período comprendido entre el 01/04/2014 y el 31/03/15 (año fiscal japonés)

(G4-LA9)

Horas de formación			
	Total de horas	Empleados	Horas/empleado
Directores	968	15	64,5
Gestores (gerencia y supervisión)	22.200	605	68,9
Analista y Jefes	50.151	2.536	19,8
Operativo	82.426	10.771	7,7
Total	155.745,7	13.927	160,9

Datos referentes al período comprendido entre el 01/04/2014 y el 31/03/15 (año fiscal japonés)

Índice analítico GRI

Indicador	Página	Capítulo	Omisión / Observación
Estrategia y Análisis			
G4-1	04	Mensaje de la Administración	
G4-2	04	Mensaje de la Administración	
Perfil de la Organización			
G4-3	08	Perfil de la Empresa	
G4-4	11	Perfil de la Empresa	
G4-5	08	Perfil de la Empresa	
G4-6	11	Perfil de la Empresa	
G4-7	08	Perfil de la Empresa	
G4-8	11	Perfil de la Empresa	
G4-9	11, 79	Perfil de la Empresa, Compromiso Social	Los datos relativos al perfil de colaboradores los controla actualmente HSA de acuerdo con el periodo de cálculo del año fiscal japonés (del 01/04/14 al 31/03/15).
G4-10	79	Compromiso Social	
G4-11	76	Compromiso Social	En Brasil, todos los colaboradores que trabajan en Sumaré forman parte del sindicato de los metalúrgicos de Campinas. En Argentina, los colaboradores forman parte el SMATA (Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor); en Chile no hay afiliados a sindicatos, y se cumplen todas las reglas impuestas por el organismo gubernamental (Dirección del Trabajo).
G4-12	17	Visión de Sostenibilidad Honda	
G4-13	11	Perfil de la Empresa	
G4-14	28, 29	Gobierno Corporativo	
G4-15	53	En paz con el Medio Ambiente	
G4-16	31	Gobierno Corporativo	
Aspectos Materiales y Cobertura			
G4-18	05	Proceso de Elaboración de la Memoria	
G4-19	80	Índice Analítico	El proceso de materialidad se está realizando por primera vez en 2015, concomitantemente a la elaboración de esta memoria.
G4-22	05	Proceso de Elaboración de la Memoria	
Participación de los grupos de interés			
G4-24	17	Visión de Sostenibilidad Honda	
G4-25	17	Visión de Sostenibilidad Honda	
G4-26		Índice Analítico	El proceso de materialidad se está realizando por primera vez en 2015, concomitantemente a la elaboración de esta memoria.
G4-27		Índice Analítico	El proceso de materialidad se está realizando por primera vez en 2015, concomitantemente a la elaboración de esta memoria.

Perfil de la Memoria			
G4-28	05	Proceso de Elaboración de la Memoria	
G4-29	05	Proceso de Elaboración de la Memoria	
G4-30	05	Proceso de Elaboración de la Memoria	
G4-31	83		
G4-32	81	Índice Analítico	Principal
G4-33	81	Índice Analítico	No ha habido verificación externa.
Gobierno			
G4-34	24, 27	Gobierno Corporativo	
G4-38	27	Gobierno Corporativo	
G4-39	81	Índice Analítico	El presidente del consejo de administración no ocupa ningún puesto de director ejecutivo.
Ética e Integridad			
G4-56	12, 13	Perfil de la Empresa	
Categoría Economía			
Desempeño Económico			
G4-EC1	39	Desempeño Económico	
Impactos Económicos Indirectos			
G4-EC7	39, 34, 45, 71	Desempeño Económico, En paz con el Medio Ambiente Desempeño económico	
G4- EC8	34, 35, 36, 37, 38	Desempenho econômico	
Categoría Medio Ambiente			
Energía			
G4-EN3	62	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN4	62	En paz con el Medio Ambiente	
Agua			
G4-EN8	64	En paz con el Medio Ambiente	
Biodiversidad			
G4-EN11	61	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN13	61	En paz con el Medio Ambiente	
Emisiones			
G4-EN15	62	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN16	62	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN17	62	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN19	63	En paz con el Medio Ambiente	
Efluentes y Residuos			
G4-EN22	64	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN23	65	En paz con el Medio Ambiente	
G4-EN25	65	En paz con el Medio Ambiente	

Cumplimiento Regulatorio			
G4-EN29	82	Índice Analítico	Durante el periodo informativo no se produjeron multas significativas ni sanciones no monetarias.
Evaluación Ambiental de los Proveedores			
G4-EN32	47	En paz con el Medio Ambiente	
Mecanismos de Reclamación Ambiental			
G4-EN34	82		Durante el periodo informativo no se produjeron multas significativas ni sanciones no monetarias.
Categoría Desempeño Social			
Salud y Seguridad en el trabajo			
G4-LA8	77	Compromiso Social	
Capacitación y Educación			
G4-LA9	79	Compromiso Social	Los datos relativos a las horas de formación los controla actualmente HSA de acuerdo con el periodo de cálculo del año fiscal japonés (del 01/04/14 al 31/03/15).
Comunidades Locales			
G4-SO1	68, 71	Compromiso Social	
Responsabilidad sobre Productos			
Etiquetado de los Productos y Servicios			
G4-PR5	20	Visión de Sostenibilidad Honda	

HONDA

The Power of Dreams

Información corporativa

Honda South America Ltda.

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

Bairro: Nova Veneza - Sumaré - SP - Brasil - CEP: 13181-903

Créditos

Dirección General

Departamento de Relações Públicas da Honda South America

Departamento de Sustentabilidade da Honda South America

Coordinación Editorial

Evelyn Lima / Maria Fernanda Cunha

Coordinación de la recopilación de indicadores GRI y Textos

Keyassociados

Proyecto gráfico, diagramación e infografía

Kite Estratégias Online

Traducción

Gotcha idiomas

Para consultas, comentarios o sugerencias::

comunicacao@honda.com.br

HONDA
The Power of Dreams