



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD **2017**



Índice

05	1	Mensaje de la Administración
09	2	Acerca del contenido de la memoria
10		Matriz de materialidad
13	3	Acerca de Honda
15		Estrategia y objetivos
16		Contexto de negocios
22		Visión 2030 – Honda South America
23		Pilares de la sostenibilidad Honda
25	4	Producto
25		Innovación
28		Seguridad del producto
28		Respeto y compromiso con el cliente
31		Ahorro de combustible y reducción de emisiones
33		Satisfacción del cliente
35	5	Cadena de Suministros
39	6	Gobierno Corporativo
40		Sistemas de evaluación de gobierno que utiliza Honda
40		Prevención de la corrupción y del fraude
40		Prácticas anticompetitivas
41		Respeto a la legislación nacional y a los estándares internacionales
41		Canal y comité de ética
43	7	Impactos en la sociedad
49	8	Prácticas Laborales
53	9	Salud y seguridad en el trabajo
57	10	Desempeño Ambiental
57		Estrategia climática
59		Ecoeficiencia
60		Gestión de residuos y reciclaje
61		Uso racional del agua
62		Preservación de la biodiversidad
63	11	Índice del contenido del GRI
76	12	Créditos y Información Corporativa



Mensaje de la Administración

G4-1, G4-2, G4-4, G4-8

01



Issao Mizoguchi
Presidente de Honda
South America

El 31 de marzo de 2017 llegamos al final de un nuevo año fiscal (93 ki*) habiendo vivido un periodo de hitos especiales para la historia de Honda.

El pasado año, celebramos 45 años de presencia en Brasil, 40 años de la fábrica de Manaus y de la producción del vehículo más vendido en Brasil, la motocicleta CG, además de los 35 años del Consorcio Honda. Este periodo también estuvo marcado por

importantes lanzamientos: la décima generación del auto símbolo de la marca en la categoría de automóviles, el Nuevo Civic Generación 10, y la tan esperada CRF 1000L Africa Twin, que regresó al mercado brasileño.

Con respecto a los resultados y al entorno de negocios, vivimos uno de los periodos más desafiantes de la historia de la industria automovilística en América del Sur. Los países donde

actuamos pasan por un momento de contracción de su economía debido al descenso en los precios de commodities, a la devaluación del tipo de cambio y a problemas políticos.

Con ello, durante el último año fiscal las ventas de automóviles de la marca en las filiales Honda South America ascendieron a 139.175 unidades, un 15% menos en comparación con el periodo anterior.

*Año fiscal japonés que empieza el 1 de abril y termina el 31 de marzo.

Por lo que respecta al segmento de motocicletas, se comercializaron 849.523 unidades, un 15,23% menos que el último año fiscal. Pese al descenso del 14% en el mercado total da América del Sur, en la región el segmento de Productos de Fuerza creció un 2,2%, con 88.294 unidades vendidas gracias a los nuevos productos lanzados para los mercados agrícola y de construcción.

En Brasil, nuestro principal mercado en Sudamérica, adaptamos costos, buscamos la nacionalización de componentes y la atención a las demandas específicas de los consumidores locales y, así, logramos mantener nuestra cuota de mercado en todas las categorías en las que actuamos. Pusimos en práctica el cambio de trayectoria acordado en nuestro encuentro global de 2016, cuando sustituimos la agenda del crecimiento y expansión por una reforma en nuestra organización, con foco en la recuperación de la rentabilidad para atravesar el adverso escenario local e invirtiendo en una estructura sostenible, apta para el momento de la mejora del mercado.

A pesar del descenso en las ventas de motocicletas y ATV, comercializamos 725.000 unidades en Brasil, lo que representa un volumen un 13% más bajo comparándolo con el periodo anterior— el mercado total se mantuvo en torno a las cuatro millones de unidades (nuevas y usadas) año—. Esto significa que la flota se está envejeciendo y que hay un fuerte potencial de cambio de motos usadas por nuevas —algo que debe llevarse a cabo gradualmente a medida que las perspectivas económicas mejoren.

En cuanto al segmento de automóviles, nuestras ventas en Brasil llegaron a las 121.361 unidades, una cifra que está dentro de lo planeado para el escenario económico actual. El HR-V fue el modelo más vendido de nuestra línea, manteniéndose como líder en el segmento SUV. También hay que destacar la llegada al mercado del WR-V, nuestro quinto modelo nacional. Estos logros hacen que seamos aún más competitivos en un contexto cada vez más desafiante de mercado.

Nuestras ventas de productos de fuerza también se vieron afectadas por la inestabilidad económica de Brasil.

Terminamos el período con 28.133 unidades comercializadas, lo que representa un descenso del 2,3% en relación con el año fiscal anterior. En Honda Serviços Financeiros (HSF, Honda Servicios Financieros), los resultados, en general, se mantuvieron en las cifras de todo el negocio, pero es de destacar que aumentamos la participación en nuestra red de concesionarios autorizada con el Banco y Seguros Honda, reflejo de las nuevas acciones comerciales y convenios firmados. En el Consorcio Honda, logramos unos resultados bastante positivos en el segmento de cuatro ruedas, con un crecimiento del 36%.

A pesar de las señales de estabilización y recuperación para la economía sudamericana, aún existen muchas incertidumbres no solo en el panorama político local, sino también en el mundial. Así pues, para este año fiscal (del 1 de abril de 2017 al 31 de marzo de 2018), las expectativas son de estabilidad con un discreto crecimiento, especialmente en el segundo semestre, para nuestros tres principales segmentos. Los resultados de HSF seguirán la tendencia de desempeño de todo el negocio.

Relaciones sostenibles y duraderas

La satisfacción de nuestros clientes es el factor primordial para la sostenibilidad de los negocios. Nuestro principal objetivo es que los consumidores tengan una completa experiencia positiva con la marca Honda. En ese sentido, en el 93 ki*, lanzamos oficialmente un proyecto corporativo de relación con el cliente, llamado myHonda, en el que veníamos trabajando desde hacía cerca de tres años. Esta iniciativa llega para consolidar nuestra estrategia por medio de datos precisos sobre el camino y la percepción de cada persona que se relaciona con nuestra marca. De esta forma, podemos establecer una comunicación de ida y vuelta para entender las necesidades y aspiraciones de cada uno de nuestros clientes en todo el país, proporcionarles así una mejor experiencia.



Es importante destacar el desempeño del parque eólico de Honda Energy, que obtuvo un récord de producción de energía limpia y ya ha permitido que dejemos de emitir más de 16.000 toneladas de CO₂ en la atmósfera.

En lo que respecta a nuestras operaciones fabriles, creemos en una gestión sólida y responsable, siguiendo principios de ética, gobierno y transparencia con el mercado. Seguiremos dedicándonos con esmero para invertir en la búsqueda de soluciones que reduzcan los impactos ambientales que generan nuestras actividades y productos, promoviendo una relación sana con las comunidades del entorno de nuestras instalaciones y contribuyendo al futuro de las generaciones venideras.

También es importante resaltar en este tema el desempeño del parque eólico de Honda Energy, que obtuvo un récord de producción de energía limpia y ya ha permitido que dejemos de emitir más de 16.000 toneladas de CO₂ en la atmósfera. Entre nuestras acciones sociales, destaco

el proyecto social de Recife, que cumplió 10 años en 2016 y del cual nos enorgullecemos. Esta iniciativa viene contribuyendo a que cientos de jóvenes desfavorecidos tengan la oportunidad de conseguir su primer empleo, construir una carrera y ayudar a sus familias.

La temática de la seguridad en el tránsito, esencial para el mercado en el que actuamos, también es tratada como una prioridad por parte de las unidades de Honda en América del Sur. En el último período fiscal, contamos con la participación de más de 30.000 personas en nuestras actividades dirigidas a la concienciación en el tránsito y manejo seguro de motocicletas. Las acciones realizadas por los equipos de nuestros Centros Educativos de Tránsito (CETH) de Brasil, Argentina y Perú son gratuitas e incluyen una

formación teórico-práctica, además de conferencias itinerantes. Siempre centrados en mejorar el día a día de las personas, nuestra marca viene invirtiendo en acuerdos de colaboración globales y estudios para acelerar el desarrollo de tecnologías para el futuro de la movilidad. En nuestra visión para 2030, nuestro objetivo es la concretización de una sociedad sin carbono ni accidentes de tráfico.

Tenemos confianza en el futuro. Creemos en el potencial del mercado de América del Sur y en la dedicación de cada colaborador, que es quien nos permite ser una empresa siempre deseada y admirada por la sociedad.

¡Muchas gracias!

Issao Mizoguchi
Presidente de Honda South America

02

Acerca del contenido de la memoria

G4-3, G4-17, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32

Honda South America (HSA) publica anualmente su Memoria de Sostenibilidad con el objetivo de mantener una relación transparente con sus públicos y rendir cuentas de las acciones, proyectos y resultados alcanzados. La información presentada en este documento representa el año fiscal japonés —país de origen de la compañía— y cubre el periodo comprendido entre el 1 de abril de 2016 y el 31 de marzo de 2017. Abarca las filiales regionales del holding en América del Sur instaladas en Brasil, en Argentina, en Perú y en Chile, excepto cuando se indique otra cosa.

En esta edición, Honda buscó contextualizar al lector sobre los asuntos sociales, ambientales y de gobierno relevantes para su negocio, aportando información sobre su gestión, desempeño e iniciativas relacionadas. Estos temas materiales* guían a la Memoria y siguen las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI G4), metodología mundialmente adoptada por el sector privado para la elaboración y comunicación de las Memorias de Sostenibilidad. Se pueden encontrar detalles adicionales sobre los indicadores en la Índice del Contenido GRI-GR.



+ INFO

Para cualquier sugerencia en relación con el contenido de la Memoria, envíe un mensaje a institucional@honda.com.br.

*Los temas materiales son los asuntos más importantes y relevantes para la empresa, así como los que más les interesan a los grupos de interés

Matriz de materialidad

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

En 2015, Honda South America inició el proceso de construcción de su matriz de materialidad. El proceso contempló entrevistas a 18 ejecutivos de Honda y consultas a las partes interesadas internas y externas, por medio de cuestionarios en línea enviados a 478 personas, de las que 143 contestaron. De las respuestas recibidas, un 38% son clientes, un 24% colaboradores, un 12% proveedores y un 7% comunidades locales. El resto de la muestra corresponde a representantes de los medios, gobierno, concesionarios y otros. A partir de este estudio, los altos cargos de la compañía priorizaron y

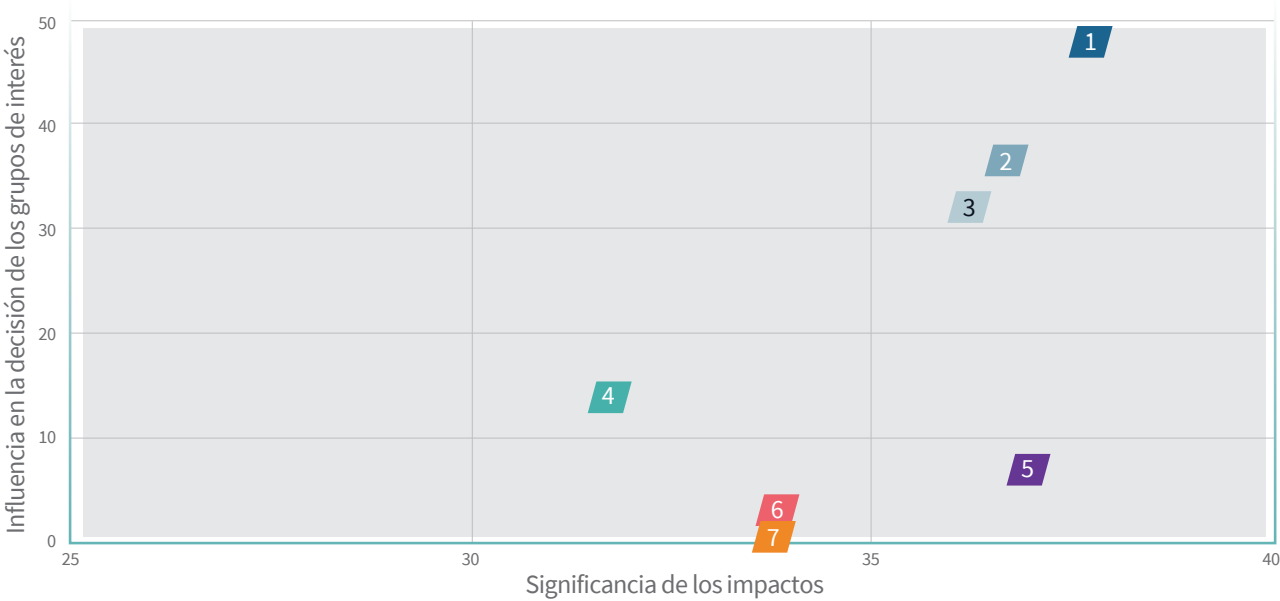
validaron los temas más importantes para la organización, constituyendo la matriz de materialidad presentada en esta memoria.

En este nuevo ciclo, HSA buscó actualizar la matriz, profundizando la visión de la importancia de los aspectos para el negocio y para las decisiones de sus principales grupos de interés. De esta forma, se volvieron a mapear los temas, utilizando las fuentes más reconocidas en el mercado, tales como RobecoSAM (que dirige la evaluación de las empresas para la participación en el Índice de

Sostenibilidad Dow Jones, DJSI), SASB (que define los estándares de información de sostenibilidad para las empresas que cotizan en la bolsa americana) y RepRisk (que evalúa los riesgos reputacionales en función de las cuestiones sociales, ambientales y de gobierno de las empresas que se presentan como candidatas a DJSI). Seguidamente, los responsables de HSA sobre la gestión de cada aspecto señalaron la importancia para la creación y protección de valor de la empresa. Los aspectos materiales identificados y validados en ese proceso incluyen:

Temas materiales	¿Qué aporta al tema?
 Producto	Innovación Seguridad del producto Satisfacción del cliente Ahorro de combustibles y emisiones
 Cadena de suministros	Gestión de proveedores Suministro de materias primas
 Gobierno corporativo	Prevención de la corrupción y del fraude Prácticas anticompetitivas Respeto a la legislación nacional y a los estándares internacionales Planificación tributaria
 Impactos en la sociedad	Impactos y relación con la comunidad Derechos humanos
 Prácticas laborales	Indicadores de prácticas laborales Libertad de asociación y negociación colectiva
 Salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo
 Desempeño ambiental de las operaciones	Estrategia climática Ecoeficiencia Generación de residuos y reciclaje

Matriz de priorización de los temas



- 1

Producto
- 2

Cadena de suministros
- 3

Gobierno corporativo
- 4

Impactos en la sociedad
- 5

Prácticas laborales
- 6

Salud y seguridad en el trabajo
- 7

Desempeño ambiental de las operaciones



A comienzos de 2017, HSA actualizó su matriz de materialidad usando referencias reconocidas globalmente como RobecoSAM, SASB y RepRisk



03

Acerca de Honda

G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9

Presente desde hace 46 años en América del Sur, Honda actúa en la producción de motocicletas, automóviles y productos de fuerza. En 2015, también empezó a comercializar jets privados en Brasil. La compañía tiene unidades productivas en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad importadora en Chile. Mantiene más de 2.500 puntos de venta, lo que garantiza que la marca esté presente en las principales ciudades de América del Sur.

Toda la red e infraestructura de Honda la gestiona Honda South America (HSA), holding del Grupo con sede en Sumaré, ciudad ubicada a 119 kilómetros de Sao Paulo.

América del Sur es uno de los siete bloques administrativos que forman las operaciones globales de la compañía, junto a Japón, América del Norte y Central, Europa, Oriente Medio y África, Asia y Oceanía, y China. En total, Honda tiene 442 empresas filiales y asociadas en todo el mundo.



Honda en América del Sur



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 Financeiros Ltda.	BHB / CNH / SHB	Brasil
HAR	Honda Motor de Argentina S.A.	2R / 4R / PF	Argentina
HDP	Honda del Perú S.A.	2R / PF	Perú
HSP	Honda Selva del Perú S.A.	2R / PF / TR	Perú
HMDC	Honda Motor de Chile S.A.	2R / 4R / PF (importación)	Chile
2R: Motocicletas / 4R: Automóviles / PF: Producto de Fuerza / 3R: Vehículos de tres ruedas BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consórcio Honda Ltda. / SHB: Corretora de Seguros Honda Ltda.			

Estrategia y objetivos

G4-14

La consolidación de los negocios de Honda se basa en su diferencial de calidad. Este principio viene siendo reforzado globalmente y cobra aún más importancia en el competitivo escenario de la industria automotriz. El contexto de negocio del sector está en constante transformación y cada vez más enfocado en cuestiones relacionadas con el medio ambiente, la seguridad y la inteligencia artificial. A pesar de que estos conceptos, sumados a la visión de calidad, ya están plenamente

integrados a la cultura Honda, la búsqueda por el perfeccionamiento de la gestión es permanente.

Atenta a estos retos, la compañía está reforzando varias iniciativas que la acerquen a su cliente final. El objetivo es escucharlo, entendiendo sus aspiraciones y expectativas cuando adquiere un producto de la marca Honda. Un avance importante fue la introducción de niveles de garantía de fabricante para motocicletas equivalentes a los de

los automóviles (de hasta tres años). Este beneficio se extiende a todos los vehículos de la marca.

Otro paso significativo fue el desarrollo de una nueva concepción de canal director de posventa, por medio del cual se puede seguir, en tiempo real, el camino del cliente con la marca, realizar estudios en periodos adecuados y ofrecer servicios más personalizados y que satisfagan, cada vez más, su expectativa.

Plataforma exclusiva para los clientes Honda

Desde abril de 2017, el portal myHonda está disponible en la página www.honda.com.br para todos los clientes y fans de la marca los cuales, simplemente introduciendo su nombre de usuario y contraseña, tienen acceso a contenidos y servicios exclusivos. Para los propietarios, es posible ver datos específicos de sus productos, concertar visitas a los concesionarios, ver los servicios realizados, proponer sugerencias y verificar contenidos sobre los productos y servicios de la marca.



Honda también viene fortaleciendo y estrechando sus relaciones con los concesionarios y proveedores. Buscando más cercanía y transparencia en las relaciones, la compañía se reúne periódicamente con esos grupos de interés y realiza capacitaciones específicas con

los equipos, siempre con el foco puesto en la calidad de los servicios y del producto final. Este trabajo refuerza la estrategia y la misión de la compañía en proporcionar alegría y mejorar la vida de las personas por medio de la movilidad.



+ INFO

Más información sobre los retos y estrategias de Honda en la página 22: Visión 2030 – Honda South America

Contexto de negocios

G4-4, G4-8, G4-9, G4-10, EC1

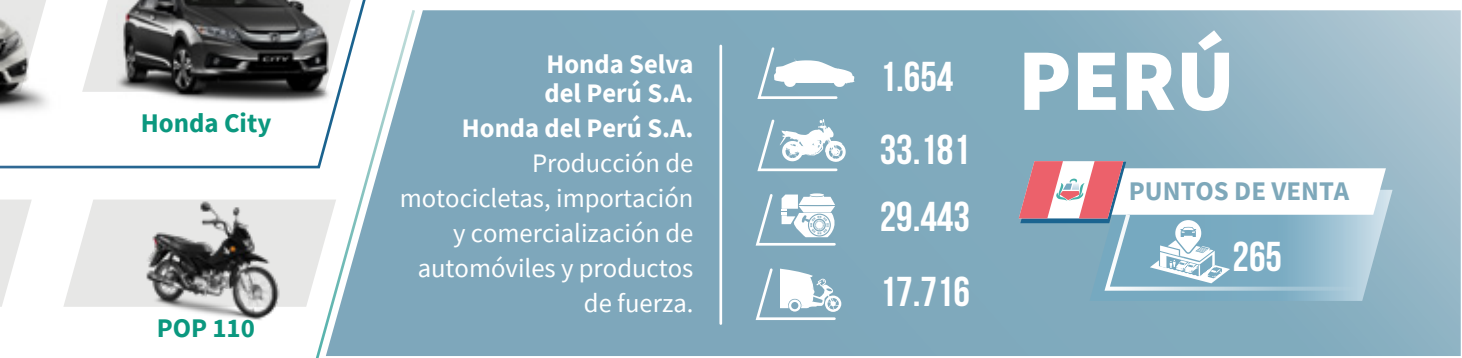
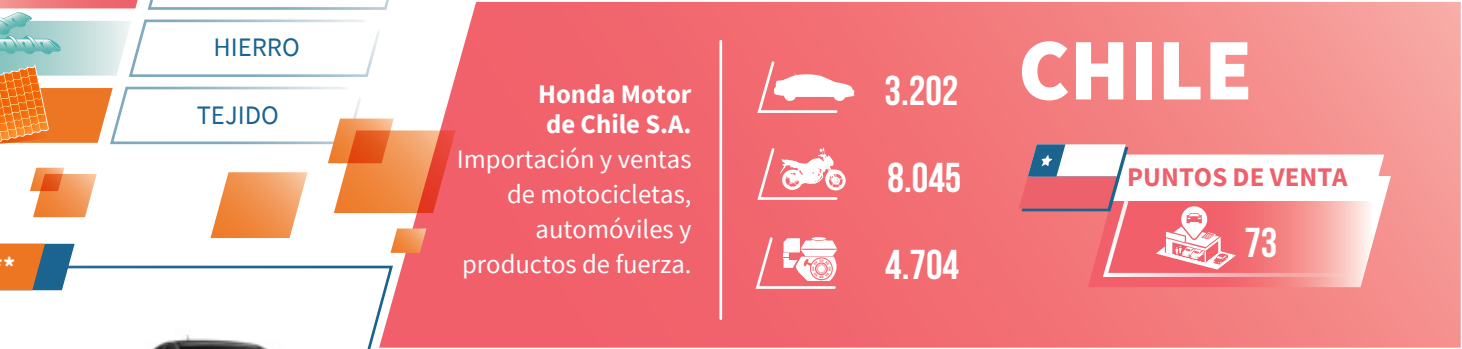
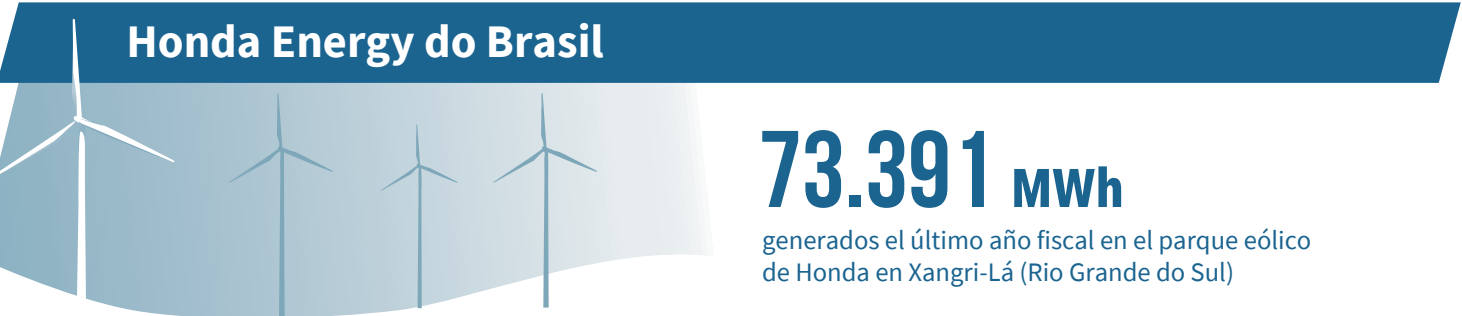
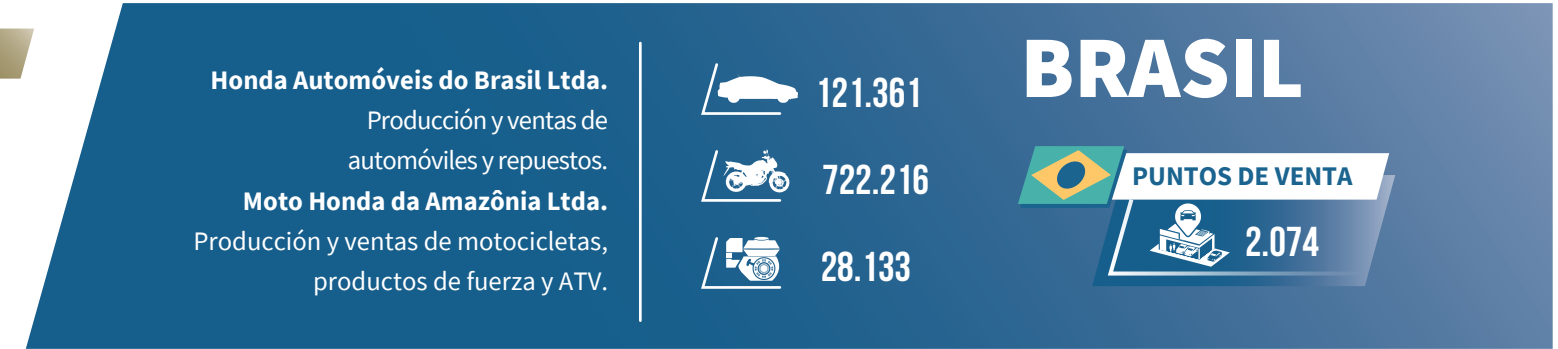
Global

Honda viene estableciendo alianzas globales para acelerar el desarrollo de tecnologías que satisfagan las expectativas de movilidad, promuevan la reducción de impactos ambientales y amplíen la seguridad de los usuarios de los vehículos. Entre ellas se destacan los acuerdos firmados con GM e Hitachi para la producción de células de combustible para autos de hidrógeno y motores eléctricos. Además, la compañía viene profundizando la cooperación y la integración entre las siete regiones en las que actúa, centrándose en el uso más eficiente de sus recursos y en el conocimiento para alcanzar resultados positivos y fortalecer la competitividad mundial. El esfuerzo se basará en la perspectiva de contribución para la matriz, en la que cada región será responsable de buscar el desarrollo de productos atractivos, que cubran las necesidades locales, pero que también tengan potencial global —un resultado ya visto en Brasil con el lanzamiento del WR-V, que ya se está produciendo también en la India.

América del Sur

En 2017, HSA cerró las operaciones de su fábrica de motocicletas en Florencio Varela, ubicada en Argentina. La producción local se trasladó a la unidad de Campana, en el mismo país, donde ya se producían automóviles de la marca. Con esta decisión, Honda aumentó la competitividad en sus operaciones y ajustó su producción a las condiciones de mercado de la región sudamericana. Vea los aspectos más destacados de América del Sur en el gráfico que aparece al lado.

Modelo de actuación Honda (América del Sur)



Brasil

Motocicletas



Moto Honda da Amazônia, la mayor fabricante de motocicletas para América del Sur, con una producción que ya ha superado los 22 millones de unidades, es líder absoluta de la categoría en Brasil, con más del 80% de cuota de mercado. La fábrica, inaugurada en 1976 en la ciudad de Manaus (Amazonas), es en la actualidad la planta de producción más grande de motos Honda en el mundo e integra un proceso productivo complejo, desarrollando desde moldes y herramientas de producción hasta componentes esenciales como tubos de escape, ruedas, manillares y piezas para chasis. Con modelos nacionales e importados, las motocicletas varían entre las 110 y 1.800 cilindradas (cc)

para diferentes tipos de uso y perfiles de cliente. Con más de seis mil colaboradores, la planta de Manaus también se encarga de la producción de ATV y motores estacionarios.

Según datos de Abraciclo (Asociación Brasileña de Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Scooters, Bicicletas y Similares), en 2016 el segmento de motocicletas en Brasil sufrió un descenso del 30% en la producción en comparación con 2015.

No obstante, las perspectivas apuntan a que todavía hay un mercado potencial, con muchos clientes buscando alternativas de locomoción para trabajar, estudiar y para el ocio. De este modo, Honda mantuvo su

programación de lanzamientos, fortaleciendo su línea de productos y garantizando el mantenimiento de su liderazgo en el mercado nacional.

El último año fiscal, la venta de motocicletas y ATV de Honda fue de aproximadamente 725.000 unidades, un 13% menos con relación al periodo anterior. Se espera que el próximo año fiscal presente una ligera recuperación durante el 2º semestre. Aun así, la empresa trabaja con cautela, puesto que un escenario económico favorable exige la superación de grandes desafíos, como la reversión del aumento del índice de desempleo, de la pérdida de confianza del consumidor y del aumento de los costos de producción.

Momento de adecuación

G4-13

También buscando adecuarse al escenario de enfriamiento de la economía brasileña, Honda suspendió temporalmente las operaciones de una de las líneas productivas de la fábrica de Manaus, encargada de la producción de scooters. La fabricación de ese modelo fue redistribuida.

Automóviles

Datos de la Anfavea (Asociación Nacional de Fabricantes de Vehículos Automotores) arrojan que 2016 registró una caída del 11,2% en la producción de autos para el mercado nacional en relación con el mismo periodo de 2015. Para enfrentar las dificultades presentadas por la desaceleración de la economía brasileña y por la inestabilidad en los principales países sudamericanos, Honda Automóveis do Brasil (HAB) pasó por un proceso de adaptación de costos, fortaleciendo la nacionalización de componentes y la atención de las demandas específicas de los clientes locales.

Desde el comienzo de su producción nacional de automóviles, en 1997, Honda atesora una trayectoria de crecimiento y modernización. Con 225.000 m² de área construida, la fábrica de Sumaré, en el interior de

Sao Paulo, concentra la producción de los modelos Fit, WR-V, HR-V, Civic y City. En total, más de 1,6 millones de vehículos ya han salido de esta planta, que también es responsable de la importación de los modelos Honda CR-V y Accord.

El último año fiscal se matricularon más de 121.000 unidades en Brasil, un 15% menos que el periodo anterior. Por otro lado, aumentó su cuota de mercado, llegando a un máximo del 7,1% el mes de febrero de 2017. Las incertidumbres políticas y las dudas en cuanto al futuro de la economía dificultan las previsiones a corto plazo. Pero, para el nuevo año fiscal, la expectativa es de un crecimiento de alrededor del 5% —porcentaje todavía bajo para permitir la puesta en marcha de las operaciones de nuestra segunda fábrica de automóviles, en Itirapina, también en el interior de Sao Paulo.

7,1%

mejor cuota de mercado del último año fiscal, registrado en febrero de 2017

Productos de fuerza

El segmento de productos de fuerza de Honda se compone de 23 modelos de motores estacionarios (tres de ellos producidos en Brasil, en la planta de Manaus), además de motoguadañas, motobombas, generadores, cortadoras de césped y pulverizadores de mochila. Con un mercado vinculado al desempeño de sectores productivos

como los de la agroindustria y la construcción civil, uno de los mayores desafíos de la actualidad para Honda en esta categoría se encuentra en el desarrollo de acciones para mejorar la visibilidad de la marca en su red de concesionarios y representantes de motocicletas. Para ello, los principales focos

serán el mercado de motores estacionarios aplicados a embarcaciones de uso fluvial, en la región Norte, y el mercado agrícola, en el Sur. Hoy, la marca cuenta con un potencial de venta de 60.000 unidades/año. El último año fiscal se comercializaron 28.133 unidades en Brasil, un 2,3% menos que durante el periodo anterior.

Honda Serviços Financeiros

Formado por el Banco Honda, Consorcio Honda y Seguros Honda, el segmento de Servicios Financieros (HSF) tiene como objetivo proveer soluciones que faciliten la adquisición de los productos de la compañía. La sinergia y la proximidad entre el fabricante y su brazo financiero es un importante factor de competitividad para la marca.

Banco Honda

Hoy, el Banco Honda posee una participación del 70% de los financiamientos de automóviles Honda 0 km. En el periodo representado por el último año fiscal, el resultado del negocio acompañó la contracción del mercado de vehículos y registró un descenso del 27% en el segmento de automóviles y del 23% en el de motocicletas. A pesar de la reducción en los volúmenes, la participación en el total de los financiamientos realizados en la red creció.

Para el segmento de automóviles, lo más destacado del periodo fue el Plan Unic. Lanzado para impulsar las ventas del Honda Civic Generación 10, este formato de financiación sigue la tendencia de pago flexible y facilita el acceso de los clientes

a este modelo. El plan permite que el comprador fije el importe de la entrada (hasta el 30% del precio del vehículo), y el resto puede abonarse en hasta 35 plazos, con cuotas intermediarias mensuales fijas en cuantías más bajas que las del mercado. Para las motocicletas, el Banco Honda ofrece el Plan Renova, con condiciones de financiación parecidas a las del Plan Unic para la adquisición del modelo CRF 1000L Africa Twin.

Para este año fiscal, hay una demanda potencial en el sector de vehículos y la perspectiva del Banco Honda es de crecimiento. La empresa es optimista con los nuevos modelos y vislumbra un escenario en el que los tipos de interés pueden volverse más atractivos, lo que aumentará la confianza del consumidor.

70 %
de participación
del Banco en los
financiamientos en la red

En diciembre de 2016, Honda Serviços Financeiros inició la digitalización de todo el proceso de concesión de financiamientos. Al igual que sucediera con el sistema de ventas de consorcio, que ya se realiza por medio de una plataforma 100% digital, el nuevo formato está siendo introducido gradualmente en la red de concesionarios y supondrá mejoras en los controles internos y más agilidad en el análisis de las propuestas. La digitalización empezó en el segmento de automóviles y, luego, se extenderá al de motocicletas.

Consorcio Honda

La mayor administradora de este tipo en Brasil, con más de 35 años en el mercado, cuenta con aproximadamente 1,7 millones de clientes activos. La empresa se destaca por ofrecer planes adecuados al presupuesto del cliente y va ganando mercado al mostrarse como una alternativa segura en medio de la inestabilidad financiera, ofreciéndole al cliente cuotas mensuales que se adaptan a su bolsillo.

La división obtuvo resultados positivos en el segmento de cuatro ruedas, logrando superar la meta prevista para el periodo y terminar con un crecimiento del 36%. Por otra parte, en cuanto a las dos ruedas, el escenario económico afectó a la venta de participaciones en prácticamente todas las regiones. Así como en el financiamiento, fue posible percibir una mejora en el primer trimestre de 2017. No obstante, no fue suficiente

para evitar que las ventas cerrasen el año fiscal con un descenso del 15%. La perspectiva del Consorcio Honda es mantener la estabilidad de los negocios, con un ligero crecimiento a partir del 2º semestre de este año fiscal. El objetivo de la empresa es alcanzar 700.000 participaciones de motocicletas/año. En automóviles, la expectativa es de un crecimiento del 34%, con 15.000 participaciones.

Seguros Honda

Con 30 años de actuación nacional, Seguros Honda ya ha superado la marca de 1 millón de pólizas comercializadas en Brasil. Con planes para intensificar sus acciones en el sector minorista por medio de la ampliación de la fuerza de ventas, Honda incluyó en su estrategia el desarrollo de acuerdos con otras compañías aseguradoras para atender el segmento de motocicletas de baja

cilindrada. La aseguradora está presente en diversos segmentos tales como seguros para vehículos, crédito interno, vida y salud. Seguros Honda alcanzó la cifra total de 156.000 pólizas comercializadas el último año fiscal, un 8% menos que el periodo anterior. No obstante, en el sector de motocicletas, la participación aumentó, pasando del 10 al 12%,

mientras que en el segmento de automóviles se mantuvo estable. Para este año fiscal, la empresa aumentará su esfuerzo de ventas para fortalecer la cultura de seguros en el segmento de dos ruedas. En automóviles, el foco se pondrá en mantener la estabilidad, fidelizando cada vez más a los clientes.

HondaJet

Comercializado en Brasil desde 2015, HondaJet es la primera aeronave desarrollada por Honda y el jet ejecutivo más avanzado del mundo en su categoría. Producida por Honda Aircraft Company, en los Estados Unidos, esta aeronave supone un hito la industria aeroespacial al aportar una serie de innovaciones, como el perfeccionamiento de la aerodinámica, que se traduce en una mejor eficiencia en el consumo de combustible. En Brasil, Líder Aviação es la representante exclusiva de ventas del HondaJet. Este año fiscal, las ventas del avión se ampliaron a Argentina, Uruguay y Paraguay. Además, la aeronave obtuvo el Certificado de Tipo brasileño concedido por la Agencia de Aviación Civil (ANAC).



Visión 2030 – Honda South America

La Visión 2030 de Honda expone la trayectoria que seguirá la compañía para atender las demandas futuras de la sociedad, manteniendo su misión de proporcionar alegría y mejorar la vida de las personas por medio de la movilidad. Este rumbo se definió en función de la visualización de un futuro con nuevos valores a partir de las demandas de la sociedad. Para América del Sur, el punto de partida fue la realidad actual y una visión de las peculiaridades de los países que componen el bloque. La Visión 2030 de HSA incluye las siguientes iniciativas:

- Reforzar la sinergia entre los países de América del Sur y del resto de regiones donde está presente la marca. La cooperación será muy importante para el futuro de los negocios y contribuirá a la optimización de recursos, al desarrollo y a la nacionalización en la región sudamericana.
- Atención a las peculiaridades de la región como, por ejemplo, la política de promoción del etanol, la necesidad de aumentar la infraestructura para recargar vehículos eléctricos, la solidificación de industrias enfocadas en la producción de piezas de alta tecnología, además del poder adquisitivo de nuestra población con respecto a los países más ricos. Con ello, la introducción de determinadas tecnologías tiende a llevarse a cabo en momentos diferentes.
- Proporcionarles a los sudamericanos la alegría de aprovechar la vida, ofreciéndoles productos y servicios adecuados a su realidad. Para los clientes con ingresos bajos, el objetivo de Honda es ofrecerles soluciones que atenúen sus dificultades de locomoción y ejecución de tareas manuales. Para los consumidores con mayor poder adquisitivo, el foco será la oferta de productos que generen una experiencia con aún más comodidad y bienestar.
- Ofrecer soluciones de movilidad más económicas y hacer que el tiempo en el tránsito sea más provechoso para cada individuo.
- Para asegurar las alegrías de las futuras generaciones, Honda trabajará para una “sociedad neutra en carbono”. Esto se realizará por medio de las siguientes iniciativas: uso activo y

mejora de la eficiencia económica de los vehículos “flex” (etanol), uso de energía eólica para reducir bruscamente las emisiones de CO₂ y empleo eficaz de los recursos y disposición adecuada de los residuos.

- La Visión 2030 busca, también, trabajar para aumentar la “seguridad y tranquilidad para todos en el tránsito”, lo que se llevará a cabo por medio de la inversión en tecnologías de mejora de la visibilidad y el fortalecimiento de acciones para la educación vial.

Pilares de la sostenibilidad Honda

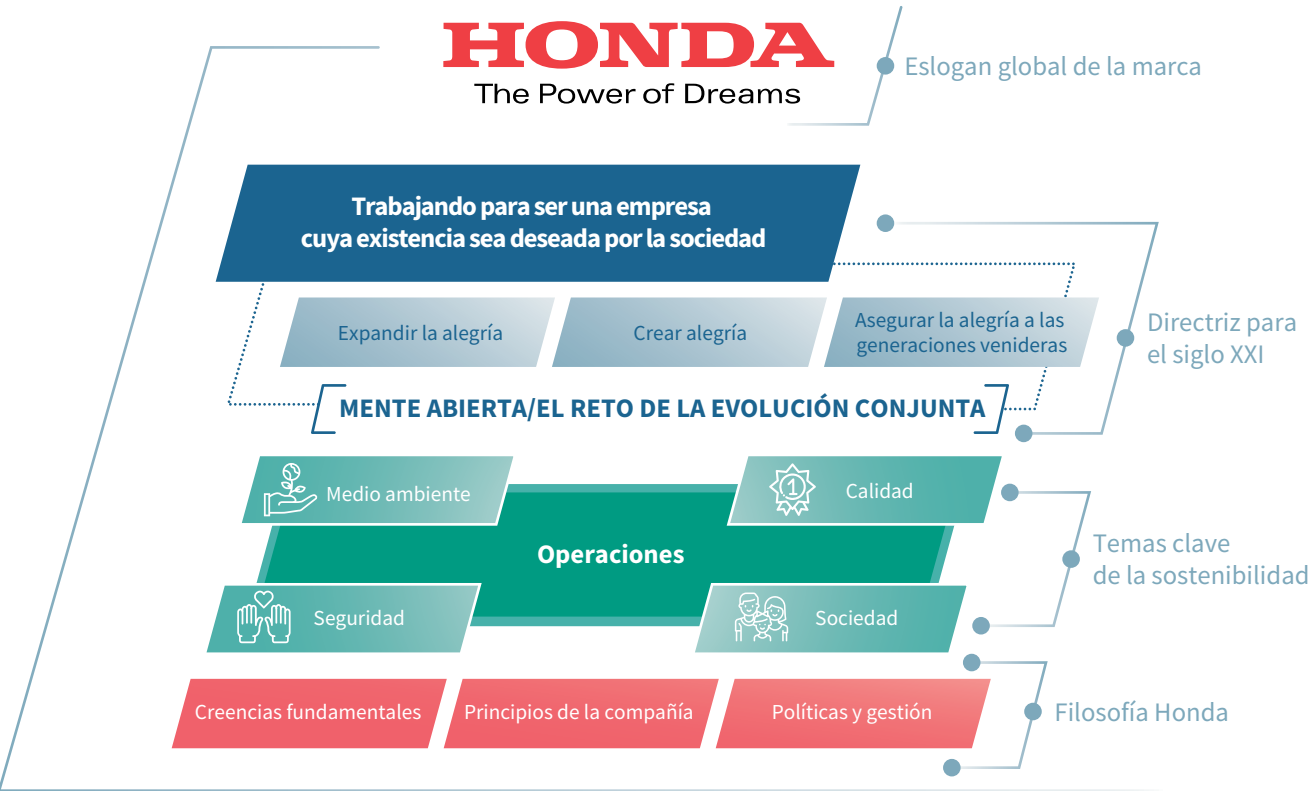
G4-15, G4-16

Medio ambiente, seguridad, calidad y sociedad son los pilares estratégicos de sostenibilidad de Honda. Estos cuatro principios se interrelacionan y están presentes en todas las actividades y operaciones de la compañía por medio de una gestión sólida y que sigue los principios de la ética, gobierno y transparencia con el mercado. La cercanía con la red de concesionarios y

proveedores, además del desarrollo de actividades para estimular el compromiso socioambiental de sus colaboradores, contribuye a fortalecer la sostenibilidad de toda la cadena de valor de la empresa.

Honda desarrolla sus actividades poniendo su atención en los procedimientos que garanticen una mayor seguridad en la toma de decisiones de negocio. La

evaluación de las condiciones macroeconómicas le permite a la empresa anticiparse a las dificultades y beneficiarse de las oportunidades de mercado que afecten positivamente a su competitividad y reputación. Todos estos principios y procedimientos conforman la plataforma de negocio de Honda y se diseminan en todas las actividades de su cadena productiva.



04

Producto G4-4**Compromiso constante con la calidad**

Ofrecer a los consumidores motocicletas, automóviles y productos de fuerza adecuados al mercado local, siempre actualizados con las más recientes tendencias, es un compromiso de la marca Honda. Esta estrategia representa la dedicación de la compañía para satisfacer las expectativas de sus clientes.

Principio Honda

"En un espíritu global, nos esmeramos en ofrecer productos de la más alta calidad, a un precio justo, para la satisfacción de nuestros clientes en todo el mundo".

Innovación

Honda considera que la continuidad de los negocios se garantiza mediante la confianza del cliente, conquistada desde la primera toma de contacto y percibida de forma constante a lo largo de todo el periodo de relación con la marca. Tal reconocimiento solo se puede alcanzar por medio de avances generados por las inversiones en innovación de productos y servicios ofrecidos al consumidor. La concretización de ese objetivo es posible porque Honda cuenta con un organizado proceso de planificación estratégica para evaluar las demandas futuras y definir el cronograma de introducción y desarrollo de nuevas tecnologías. La empresa dispone, en su enfoque de gestión, de directrices y metas para todas las actividades de la compañía e invierte constantemente en investigación para ofrecer lo más moderno que hay al mercado. Estos valores también se extienden a toda la cadena de producción (proveedores de piezas y materias primas, concesionarios y demás socios de negocios).

Para mantenerse innovadora y siempre por delante de la demanda del mercado, a parte realizar estudios con los actuales y potenciales consumidores, el equipo responsable del desarrollo lleva a cabo una prospección de nuevas tecnologías, legislación y tendencia. La información recabada posibilita que las principales necesidades de mercado se plasmen en el nuevo producto o tecnología. Todos estos procesos se revisan periódicamente en consenso con los departamentos Comercial e Industrial a partir de las directrices de la matriz. El último año, a pesar de las dificultades en función de la crisis económica brasileña, Honda mantuvo sus inversiones en investigación y desarrollo, en actividades de nacionalización de piezas y el aumento de la eficiencia en los procesos productivos, actitudes que refuerzan el compromiso de la empresa con la creación de productos con visión de futuro y con la sostenibilidad del negocio.

Tecnologías avanzadas para el mercado local de automóviles

El Centro de Investigación y Desarrollo (I+D) de automóviles de Honda South America está localizado en la planta de Sumaré (Sao Paulo), donde también se encuentra la fábrica. Inaugurado en 2001, fue ampliado y se construyeron nuevas instalaciones en 2014. El Centro, que cuenta con aproximadamente 300 colaboradores, dispone de laboratorios y equipos técnicos de última generación que hacen posible

que se desarrollen componentes y se realicen pruebas de durabilidad, medición de emisiones y de consumo. Los equipos para estas últimas pruebas ya tienen la tecnología necesaria para atender los requisitos legales y ambientales que entrarán en vigor a partir de 2020.

Esta unidad representa uno de los principales núcleos de innovación

y desarrollo de Honda fuera del eje Japón-Estados Unidos. Sus actividades se desarrollan siguiendo las estrategias globales de la empresa, pero sin perder de vista la atención a las demandas específicas de los países de la zona. Entre sus principales iniciativas está el aumento del índice de nacionalización de los componentes y de las tecnologías aplicadas al desarrollo de productos locales.

Un año de estrenos



Auto del año 2017

El nuevo Civic Generación 10 representa uno de los más complejos y ambiciosos proyectos de Honda, exigiendo un compromiso sin precedentes de los recursos de investigación y desarrollo y de ingeniería de la marca.

Esta generación, lanzada en agosto de 2016, representa la mayor y más extensa renovación del modelo en toda su historia, que culminó en la creación de un automóvil más sofisticado, espacioso, seguro y tecnológico, con eficiencia y desempeño. Este lanzamiento también supone el primer motor turboalimentado de Honda comercializado en Brasil. La versión Touring del Civic le brinda a Brasil el 1.5 Turbo de 173 CV, motor que emplea la tecnología de turbocompresor con inyección directa, que se traduce en un bajo consumo de combustible y en una baja emisión de contaminantes.

Primer modelo con desarrollo liderado por el equipo brasileño

El WR-V es un importante hito en la historia de Honda Automóveis en Brasil. El vehículo de la categoría SUV es el primer automóvil cuyo desarrollo estuvo liderado por el área de I+D de Sumaré y viene con unas características de suspensión, diseño y versatilidad que se adaptan a las necesidades específicas del mercado local.

Pionerismo en el sector de motocicletas

La inversión en innovación tecnológica garantiza el diferencial competitivo de las motos Honda. La empresa viene siendo pionera en el mercado desde 1976, cuando empezó a fabricar en Brasil. En 1981 se destacó al lanzar la primera motocicleta de etanol del mundo y, en 2009, al presentar el primer vehículo de dos ruedas bicomcombustible del planeta. En 2013 inauguró las nuevas instalaciones de su Centro de Desarrollo y Tecnología (CDT), localizado junto a la fábrica

de Manaos, para fortalecer la investigación y la creación de nuevas soluciones para el mercado sudamericano. El CDT funciona como un centro tecnológico multidisciplinario. Allí, cerca de 200 profesionales se encargan desde la concepción, desarrollo y validación del producto hasta su manufactura. Esta unidad dispone de una infraestructura de evaluación de productos, como un campo de pruebas que simula las más variadas condiciones de uso de los vehículos

y laboratorios de pruebas de motor, emisiones de gases y durabilidad. Históricamente, Honda ha implantado, en el segmento de motocicletas, innovaciones tecnológicas como inyección electrónica, sistemas de escape con nuevos catalizadores, motor bicomcombustible, mapas de inyección con el objetivo de reducir los niveles de emisiones de contaminantes de los vehículos y frenos CBS (Combined Brake System, que reducen la distancia de frenado) para motos de baja cilindrada.



CRF 1000L Africa Twin: la leyenda ha vuelto al mercado nacional

El modelo CRF 1000L Africa Twin ha regresado al mercado brasileño con varias innovaciones tecnológicas y un diseño impactante, especialmente concebido para darle libertad de movimiento al piloto, con una mejor aerodinámica y pilotaje versátil. La motocicleta cuenta con un inédito motor bicilíndrico paralelo de 999 cilindradas, controles de accionamiento del freno ABS y de tracción HSTC, que le permite al cliente seleccionar cuatro niveles control, además de un embrague deslizante. Estas tecnologías contribuyen a mejorar el pilotaje, dándole más seguridad y confort, ya sea en carretera o en la ciudad, además de posibilitar una integración entre las necesidades del on-road y off-road. Brasil es el único país que produce la Africa Twin fuera de Japón.

Seguridad del producto

PR2

Expansión de tecnologías para una movilidad más segura

Calidad y seguridad van de la mano en los productos de la marca Honda. Son principios que forman parte de la estrategia de la empresa y que definen sus líneas de actuación y desarrollo tecnológico. Además, se convirtieron en diferenciales de mercado y atributos de reputación de la empresa, contribuyendo a que Honda sea reconocida como una marca de excelencia. Son pilares de la sostenibilidad de una compañía que anhela ser cada vez más deseada por la sociedad y factor de elección de los consumidores, en un segmento altamente competitivo.

Para los productos comercializados en América del Sur, se tienen en cuenta aspectos como demandas del cliente, evaluaciones realizadas por terceros, legislación y tendencias. En función de esto, se elabora un plan de aplicación de elementos de seguridad. El objetivo es anticipar la introducción de nuevas tecnologías y estar siempre a la vanguardia de la industria local, ofreciendo esos diferenciales masivamente, en toda la cartera de productos. Esta estrategia se revisa constantemente y se tiene en cuenta en el plan de negocios de la empresa.

Para asegurar el reconocido atributo de seguridad de los productos, Honda supervisa sistematizada y permanentemente todos sus indicadores de desempeño, actividad que los altos directivos de la empresa siguen de cerca. Este proceso permite actuar de forma preventiva y anticiparse en la identificación de mejoras que puedan contribuir o perjudicar a la buena reputación y competitividad de la marca.

Respeto y compromiso con el cliente

PR2

Por medio del seguimiento de los productos ya introducidos en el mercado, se pueden identificar situaciones que pueden afectar a la seguridad de los usuarios. Si fuera este el caso, se adoptan medidas proactivas para corregirlas, como los llamados a revisión (recall). Este proceso sigue rigurosamente las normas globales de la empresa y se ejecuta de conformidad con la legislación vigente. Todos

los componentes afectados se sustituyen o se reparan sin ningún cargo para el cliente, y los concesionarios son resarcidos.

La tasa de retorno de los vehículos involucrados en los llamados a revisión se ve afectada directamente por el tiempo de vida del producto, puesto que, cuanto más viejo es, más esfuerzo demanda localizar al propietario actual para que pueda

realizarse la reparación. De forma pionera, Honda viene intensificando las acciones en los medios (TV, radio, periódicos y medios sociales), además de realizar acuerdos con compañías aseguradoras, empresas de cobro automático de peaje y Con el Departamento de Tránsito de Sao Paulo (Detran-SP), entre otros. Este esfuerzo está garantizando una evolución considerable en los índices de retorno.

Llamados a revisión de Honda

(del 1 de abril de 2016 al 31 de marzo de 2017)

Automóviles

Modelo	Motivo	Cantidad de vehículos	% Reparados
Fit, City, Civic e Accord	Sustitución del inflador del airbag del acompañante	34.530	20,3%
Fit	Sustitución del depósito de combustible	842	50,8%
Fit, City, Civic, CRV e Accord	Sustitución del inflador del airbag del acompañante	325.130	24,1%

Motocicletas

Modelo	Motivo	Cantidad de vehículos	% Reparados
GL 1800 Gold Wing	Sustitución del inflador del airbag	80	47,5%
GL 1800 Gold Wing	Sustitución del inflador del airbag	324	43,8%

Tasa de retorno consolidada de todos los llamados del último año fiscal	Honda Automóveis do Brasil = 45,6%
	Moto Honda da Amazônia = 66,4%



Calidad y seguridad en automóviles

PR2

Pruebas de impacto realizadas por Latin NCAP para automóviles:

Los automóviles Honda copan las mejores posiciones en las evaluaciones del Programa de Evaluación de Vehículos Nuevos para América Latina y el Caribe (Latin NCAP). Por medio de esta iniciativa, los consumidores pueden obtener información independiente y transparente sobre los niveles de seguridad de los modelos disponibles en el mercado.



Automóviles

Además de la búsqueda constante de la mejora de la eficiencia energética, Honda también se afana en reducir la emisión de los contaminantes. Todos los automóviles de la marca comercializados en Brasil obtuvieron la nota A del IBAMA (Instituto Brasileño del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables), lo que significa que las emisiones de contaminantes están un 60% por debajo de los límites legales.

Motocicletas

En el segmento de motocicletas, uno de los aspectos más destacados de la nueva scooter SH 150i es la tecnología que garantiza el ahorro de combustible por medio del sistema Idling Stop, que apaga el motor automáticamente en situaciones en las que su uso no es necesario. Este modelo, todo un éxito desde hace 33 años en Europa, fue lanzado en Brasil en 2017 siguiendo la tendencia mundial de ofrecer lo

máximo en eficiencia, practicidad y agilidad a un bajo costo durante los desplazamientos urbanos.

Además, la empresa cuenta con cuatro modelos biocombustibles en el mercado brasileño que, juntos, representan aproximadamente el 60% de las ventas en el país —una importante innovación tecnológica en el segmento, que contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), compromiso global de la marca.



Productos de fuerza

En cuanto a los productos de fuerza, Honda pasó a comercializar en Brasil la motoguadaña: UMK435T UEBT, equipada con un motor de 4 tiempos, lo que la diferencia en un mercado dominado por la motorización de 2 tiempos. Con un alto rendimiento, alto par en bajas rotaciones y niveles bajos de emisión de ruido, este motor cuenta con una tecnología de lubricación rotativa, lo que garantiza que pueda trabajar en cualquier posición (360°). Además, puede funcionar con gasolina común, sin necesidad añadir aceite al depósito de combustible. El resultado es un conjunto que no desprende humo por el escape, reduciendo así el impacto ambiental.

Satisfacción del cliente

Productos y servicios para mejorar la vida de las personas

PR5

El respeto al consumidor y la garantía de su plena satisfacción con los productos y servicios de la compañía forman parte de la creencia y de la filosofía de actuación de Honda. Por eso, la empresa trabaja para ofrecer productos de la más alta calidad y con precios justos, además de buscar fortalecer cada vez más las relaciones con sus clientes para identificar posibles puntos de mejora en el proceso de venta y posventa. A partir de esos objetivos, en los últimos tres años la empresa ha desarrollado e implantado myHonda,

una estrategia única y exclusiva de relación con el cliente que conjuga el CRM (Customer Relationship Management, un software para la administración de la relación con los clientes) con la filosofía Honda. De ese modo, es posible entender con más rapidez y de forma más profunda el perfil, el comportamiento y las necesidades de los clientes, estableciendo una relación individualizada y reforzando la confianza para un servicio más firme y personalizado. Por medio de myHonda, a todos los

clientes que adquieren un producto o realizan algún servicio en la red de concesionarios Honda se les invita a manifestar su experiencia mediante una encuesta en línea. Los resultados se controlan en tiempo real y ayudan a la compañía a reconocer sus virtudes e identificar oportunidades de mejora de forma ágil, recuperando así los posibles clientes insatisfechos. A parte de las encuestas de satisfacción, esta plataforma también realiza la gestión de leads, la atención al cliente, campañas de marketing, gestión de medios sociales y el portal myHonda.



05

Cadena de
Suministros**Fortalecimiento de las relaciones para el desarrollo conjunto**

G4-12

Honda considera que la elección de buenos proveedores es uno de los elementos fundamentales para el mantenimiento de su estándar de calidad reconocido en todo el mundo. La relación de la compañía con su cadena de suministros se da por medio de acciones de comunicación basadas, principalmente, en la transparencia, con foco en el cumplimiento de los contratos, en el crecimiento conjunto y en la reducción de riesgos.

La gestión de los proveedores empieza con el proceso de selección realizado según las directrices globales definidas por la sede en Japón. Entre esas reglas, están las especificaciones de calidad de las materias primas adquiridas por la empresa. También hay otros criterios como la gestión ambiental en el proceso productivo del proveedor, ya que el estándar Honda de selección de los socios empresariales viene definido por la sigla QCDMEFS (que en español

significa: Calidad, Costo, Entrega, Administración, Medio Ambiente, Financiero y Seguridad);

En el momento en que empresas son contratadas, estas firman el Acuerdo General de Compras, que fija las reglas de la relación entre ambas partes y, durante el periodo de vigencia del contrato, se realizan evaluaciones mensuales basadas en los criterios QCDMEFS.

Evaluaciones de los proveedores Honda

EN32, HR5, HR6



Gestión de riesgos que evalúa la salud financiera del proveedor, la entrega en el plazo correcto y la cantidad solicitada.



Auditoría de QAV1* que evalúa si el sistema de gestión de la calidad del proveedor sigue las normas vigentes.



Auditoría de QAV2* que evalúa el proceso para que la calidad exigida se cumpla y esté de acuerdo con los requisitos legales.

*QAV: sigla en inglés para Visita de Auditoría de la Calidad.

Los datos obtenidos en las acciones de gestión de riesgos y auditorías se evalúan mensualmente por medio de la herramienta PDCA* , donde se realiza el análisis crítico de los resultados, trazando planes de acciones con mejoras o correcciones en caso de desviaciones. En relación con los indicadores de costo, se mide el cumplimiento de las metas definidas por la empresa.

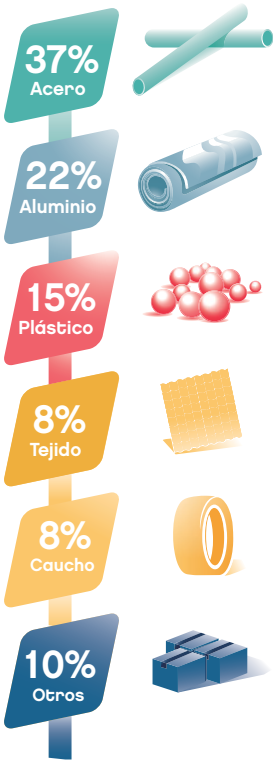
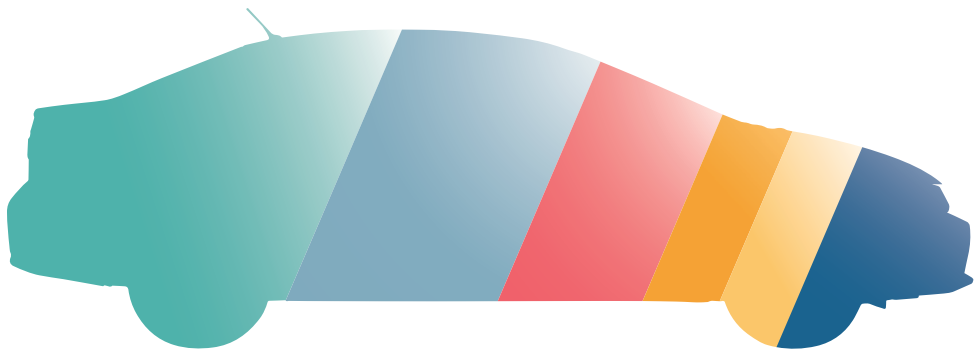
La búsqueda constante por la nacionalización de piezas y componentes y el aumento de la competitividad refuerzan la importancia de los acuerdos de colaboración y del continuo proceso de mejora de la marca. Por ello, anualmente, Moto Honda da Amazônia y Honda Automóveis do Brasil realizan encuentros con sus propios proveedores para reconocer y premiar a aquellos que más se destacaron en sus áreas

de actuación, lo que supone un estímulo para perfeccionar cada vez más los buenos resultados. A comienzos de 2017, Moto Honda da Amazônia y Honda Automóveis do Brasil premiaron a 18 y 33 socios empresariales, respectivamente. Para llegar a este resultado, se tuvieron en cuenta criterios como la calidad, la entrega, el servicio, los costos, la preservación del medio ambiente y el desempeño en el área de recambios, entre otros.

Automóviles

G4-12, EN1, EN32

En 2016, la cadena de proveedores de automóviles contó con 150 socios empresariales activos, de los que el 50% fueron contratados tomando como base criterios ambientales. Durante el mismo periodo, 15 nuevas empresas pasaron a integrar este grupo, y los criterios ambientales también influyeron en el 50% de las contrataciones.

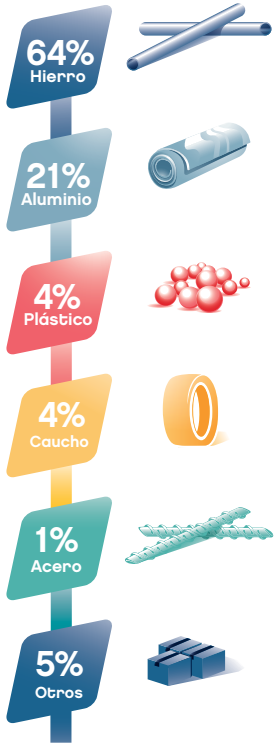
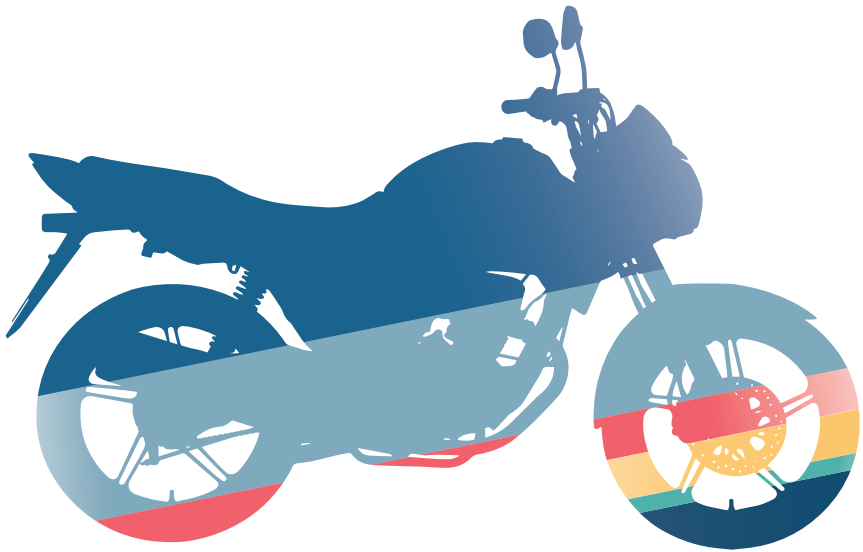


PDCA: Sigla en inglés para Plan, Do, Check and Act (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar

Motocicletas

G4-12, EN1, EN32

El total de empresas integrantes de la cadena de proveedores de la planta de motocicletas, en 2016, fue de 108, de las que cuatro fueron contratadas durante el año. Entre esas empresas, el 50% fueron contratadas tomando como criterios ambientales.



Todas las fundiciones de tantalio, wolframio, estaño y oro dentro de la cadena de suministros de ambas empresas están incluidas en la lista de la CSFI (sigla de Conflict Free Smelter Initiative, que en español significa Iniciativa de Fundición Libre de Conflictos), certificación que permite que todas las partes de la cadena de abastecimiento identifiquen fuentes de minerales fuera de las áreas de conflictos sociales.

06

Gobierno Corporativo

Gestión basada en la ética corporativa y transparencia de procesos

G4-34, G4-38

El gobierno corporativo de Honda South America está estructurado a partir del departamento ESG, sigla en inglés que significa Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo. Esta área se encarga de coordinar los procesos de prevención y concienciación para alcanzar el cumplimiento regulatorio y el respeto a las leyes

y regulaciones. La empresa divide el área de Gobierno Corporativo mediante tres herramientas de gestión, que funcionan como pilares para su actuación: gobierno, riesgo y cumplimiento regulatorio. Cada uno de ellos tiene unas funciones definidas, equipos propios y, de ser necesario, cuentan con el apoyo de consultorías específicas.



El departamento de ESG se encarga de coordinar los procesos de prevención y concienciación cumpliendo y respetando las leyes y regulaciones.

Pilares

Gobierno	Patrón de conducta y ética empresarial.
Riesgos corporativos	Identificación y evaluación de riesgos para los negocios y definición de medidas de mitigación, eliminación o transferencia de los riesgos.
Cumplimiento regulatorio	Cumplimiento de los requisitos legales, de los reglamentos y de las políticas, normas y procedimientos internos.

Sistemas de evaluación de gobierno que utiliza Honda

G4-34

Los resultados de las acciones promovidas por la empresa con foco en el respeto a los pilares de gobierno se examinan constantemente por medio de sistemas que siguen estándares internacionales de gobierno:

- Sistema de gestión corporativa de los procesos: autoevaluación realizada por los gestores (el 100% gerentes y superiores) sobre los sistemas y operación de los procesos.
- Sistema de gestión específica de los procesos: controles internos SOX sobre procesos relevantes de negocios y tecnologías (más de 90 procesos documentados y revisados anualmente), que son sometidos a la certificación SOX por una auditoría independiente.
- Sistema de normas y conducta: políticas y procedimientos corporativos, disponibles en intranet o directorios propios para el público interno.
- Estructura de código de ética, sigilo de la información y estándar de conducta formal, todos disseminados por capacitaciones y por la gestión.

Prevención de la corrupción y del fraude

G4-56, SO5, SO8

La Filosofía y el Código de Conducta de Honda tiene como pilares la ética, la transparencia y la responsabilidad en la conducción de los negocios de la empresa —un compromiso que también asumen todos los colaboradores, que deben guiar sus acciones y su conducta siguiendo las directrices de la compañía. Con ese foco, Honda realiza una gestión de los procesos de

prevención del fraude que propician entornos seguros y libres de pérdidas financieras, además de evitar daños a la reputación de la marca. El departamento ESG estableció procesos de verificación de los controles internos que incluyen acciones específicas sobre prevención del fraude, por medio de la identificación de las áreas críticas y pruebas de SOX. Para dejar clara

y transparente su postura acerca de la ética en los negocios, la empresa implantó la Política Corporativa de Prevención de la Corrupción y realiza capacitaciones, regularmente, sobre este asunto. Los conocimientos del contenido de esta política se evalúan anualmente por medio de los procesos de SOX y de un cuestionario de autoevaluación aplicado a los gestores.

Prácticas anticompetitivas

G4-56, SO7

La lucha contra las prácticas anticompetitivas forma parte del Código de Conducta de la empresa. Todos los colaboradores deben seguir las orientaciones de defensa de la competencia, prevención de infracciones contra el orden económico en las operaciones de Honda, en las prácticas comerciales y

en las interacciones con las empresas de la competencia y/o socios de negocios, directamente o por medio de asociaciones profesionales y empresariales, en consonancia con la legislación en vigor en los países de América del Sur. Para fortalecer aún más la cultura de lucha contra las actividades

anticompetitivas, Honda publicó la Política de Defensa de la Competencia en todas las unidades de negocio en América del Sur. Su disseminación se llevará a cabo por medio de capacitaciones y otras actividades, empezando por las áreas críticas.

Respeto a la legislación nacional y a los estándares internacionales

G4-56, EN29, PR9

Honda está comprometida con el respeto a la legislación de todos los países en los que actúa y con los estándares internacionales. Además de su Código de Conducta, la empresa estableció políticas corporativas

dirigidas a combatir delitos como el trabajo forzoso, el lavado de dinero y, como ya se ha citado, fraudes, corrupción y prácticas anticompetitivas. El departamento ESG también se encarga de establecer sistemas y

operaciones eficaces que eviten acciones que infrinjan las leyes. Algunas áreas cuentan con estructuras específicas de cumplimiento y control de legislaciones como, por ejemplo, la actividad bancaria.

Canal y comité de ética

G4-56

La empresa estableció el Canal de Ética, un medio de comunicación directa entre el colaborador y la dirección de la empresa, que sirve para expresar, anónimamente o no, denuncias, quejas y sugerencias relacionadas con el Código de Conducta. Todas las manifestaciones se someten a examen y el comité de ética toma las medidas oportunas, con el objetivo de garantizar el continuo perfeccionamiento de los patrones de comportamiento ético.



07

Impactos en la
SociedadContribución al futuro
de las generaciones venideras

SO2

Del modo de ser, pensar y actuar de Honda, nació el lema Together for Tomorrow (Juntos para el mañana, en español). Adoptado mundialmente por la empresa, por medio de él Honda demuestra la importancia de las relaciones que mantiene con toda la sociedad. Su construcción se basó en cuatro pilares —Medio Ambiente, Educación, Comunidad y Seguridad en el Tránsito— que ayudan a la compañía a dirigir sus acciones en pro del desarrollo del desarrollo social, económico y ambiental, con foco en ayudar a construir un mundo mejor y más justo para las generaciones futuras.

Entre los programas sociales desarrollados por la empresa, sobresalen las iniciativas realizadas en diferentes regiones en las que Honda está instalada, como las que se muestran en la página siguiente.



Visión

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

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.

Proyectos Sociales

Circuito de la Ciencia

S01

Este proyecto difunde entre los alumnos de escuelas públicas de Manaos (Amazonas) los principios y las oportunidades del mundo de la ciencia. Por medio de actividades lúdicas, los estudiantes aprenden sobre el respeto al medio ambiente y la interacción del hombre con la naturaleza. En 17 años, el proyecto ha recibido a cerca de 60.000 estudiantes de escuelas municipales y estatales. El Circuito está patrocinado por Moto Honda Amazônia y lo realiza el Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) con el apoyo del Gobierno del Estado..

En 2016, durante la programación de la Semana Nacional de Ciencia y Tecnología, promovida por el Instituto, los participantes del proyecto recibieron más información sobre el Laboratório dos Mamíferos Aquáticos (LMA, Laboratorio de los Mamíferos Acuáticos), que actúa en colaboración con la Associação Amigos do Peixe-boi (Ampa, Asociación Amigos del Manatí), y sobre el proyecto Ecoethos, un juego que simula situaciones en las que el ciudadano debe ejercitar la creatividad en pro de la sostenibilidad, además de participar en el sendero del conocimiento, donde aprendieron sobre especies de la flora y fauna local.

60.000

alumnos han participado en el circuito de la ciencia en 17 años de proyecto.

Honda y Bachiana Filarmónica

Honda apoya, desde 2011, el proyecto de musicalización y formación de instrumentistas en comunidades desfavorecidas, iniciativa que se lleva a cabo en la comunidad de Paraisópolis, zona sur de la ciudad de Sao Paulo, bajo la batuta del maestro João Carlos Martins y su orquesta. Todos los años, el proyecto ayuda a cerca de 90 jóvenes en situación de vulnerabilidad social con clases de música clásica. Los participantes tienen la oportunidad de aprender a tocar instrumentos y de desarrollarse como profesionales de este arte, si así lo desean. El objetivo de esta acción es cambiar la vida de jóvenes desfavorecidos mediante la educación y la cultura.

Construyendo un futuro más sostenible

Más de 8.000 alumnos de educación primaria de Argentina participaron en talleres realizados por un equipo de 94 colaboradores de Honda, que actuaron como voluntarios para diseminar los valores que conforman los cuatro pilares sociales de la marca. El último año fiscal significó la 4ª edición de la iniciativa, que tiene lugar en las ciudades de Pacheco y Campana, localidades donde Honda actúa.

Profesionalización para el futuro de la comunidad

S01, S02

Los vecinos del barrio de Areias, en Recife (Pernambuco), enfrentan muchas dificultades socioeconómicas, entre ellas el bajo nivel de acceso a la educación. Al instalar su Centro de Formación hace 11 años en dicha región, Honda identificó la necesidad de realizar acciones que estimularan y preparasen a los jóvenes de Areias para encontrar una profesión. En 2007, la empresa puso en marcha el Curso de Formación de Profesionales. Realizado en las instalaciones de la marca, el curso se divide en clases técnicas de mecánica de automóviles y motocicletas y módulos sobre salud, relaciones familiares, informática, trabajo, medio ambiente, seguridad vial y la importancia del voluntariado.



El 70% de los participantes tiene un empleo

El proceso de selección de los jóvenes que participan en el curso anual empieza con el análisis de criterios básicos como edad, escolaridad y vulnerabilidad social. Los candidatos deben tener entre 18 y 20 años y estar cursando o finalizando educación secundaria. Las siguientes etapas incluyen un examen escrito, dinámicas de grupo y visitas a las familias. Entre 2007 y 2016, 194 personas fueron beneficiadas. De ellas, más del 70% está trabajando y actúa en diferentes funciones, incluso en concesionarios Honda.

Seguridad en el tránsito

S01, S02

Honda considera que no basta con ofrecer productos de calidad y alta tecnología. Para ofrecerle una experiencia satisfactoria al consumidor, es necesario garantizar las condiciones necesarias para que los vehículos se empleen con seguridad, más aún en ciudades donde el tráfico intenso de autos, motocicletas y demás vehículos puede afectar a la seguridad tanto de los usuarios como de terceros. Ante este escenario, Honda actúa activamente y promueve actividades de seguridad vial en todos los continentes, realizando acciones

conforme a las de características y situaciones de tráfico de cada país. Para ello, la compañía cuenta con tres unidades —Indaiatuba (Sao Paulo), Recife (Pernambuco) y Manaus (Amazonas)— del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH) en Brasil, cuyos equipos son los responsables de diseminar, mediante clases prácticas y teóricas, conceptos de seguridad vial y manejo seguro de motocicletas. La empresa también está presente en América del Sur por medio de las unidades del CETH de Argentina y Perú.

30.000

personas participaron en las actividades de seguridad vial realizadas por Honda en América del Sur.

Harmonia do trânsito (Armonía en el tránsito)

Siempre con el foco puesto en diseminar los conceptos de manejo seguro, Honda mantiene el portal Armonía en el Tránsito, un canal en el que todos pueden tener acceso a contenidos gratuitos con consejos de tránsito para conductores, motociclistas, ciclistas y peatones por medio de fichas, vídeos, ejercicios y animaciones 3D. Asimismo, también es posible descargar material sobre técnicas fundamentales y avanzadas de manejo seguro en carretera y off-road y de ATV.



+ INFO

Para saber más sobre los contenidos disponibles, visite honda.com.br/harmonianotransito



Motociclista Legal

S01

Honda cree en la convivencia armónica entre todos los que participan en el tránsito: peatones, motociclistas, conductores y ciclistas. Por eso, en Brasil, reunió a dos de sus más importantes pilares —Comunidad y Seguridad en el Tránsito— para crear el nuevo programa Motociclista

Legal. Disponible en las tres unidades del Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH) en Brasil, este proyecto invita a todos los que participan en la capacitaciones gratuitas de pilotaje a contribuir donando alimentos no perecibles. Al terminar el curso, un motorista formado por el CETH

realiza la entrega de la donación a una institución de caridad. Los alumnos, junto con Honda, eligen la entidad, la cual puede estar ubicada en cualquier ciudad o estado del país. Con esta iniciativa, la empresa recaudó más de cuatro toneladas de alimentos hasta el final del mes de marzo de 2017.

Clubinho Honda

S01

La educación en el tránsito comienza en la infancia. Para contribuir con esa tarea, Honda creó, en 1992, el proyecto “Clubinho Honda – Trânsito Amigo” [Club infantil Honda – Tránsito Amigo]. El objetivo de esta iniciativa es mostrar la importancia de la buena convivencia en el tránsito entre peatones, ciclistas, motociclistas y conductores de autos, de forma amena y divertida. El programa cuenta con una versión digital, en la que padres, profesores y niños tienen a disposición manuales, cómics, películas y videojuegos. En todos los materiales, un superhéroe y los amigos del Clubinho Honda simulan situaciones reales de tránsito dando lecciones importantes sobre seguridad.

Más información en: www.honda.com.br/clubinhohonda
En 2012, el Centro Educacional de Tránsito Honda (CETH) de Indaiatuba (Sao Paulo) inauguró el parque infantil de tránsito del Clubinho Honda en sus dependencias. Este espacio, abierto a los alumnos de escuelas públicas y privadas del municipio, reproduce una ciudad con la intención de transmitir conceptos de educación vial. En él, los más pequeños reciben clases prácticas subidos en motos eléctricas de juguete. Esta iniciativa también se comparte con las comunidades de otras regiones de Brasil y cuenta con el apoyo de

la red de concesionarios Honda, que promueve, periódicamente, actividades educativas, distribuyendo cómics y libros infantiles a niños y niñas de todo el país.

El último año fiscal, el Clubinho Honda realizó 63 acciones educativas destinadas al público infantil, en las que participaron un total de 1.256 niños y niñas en Brasil. Asimismo, durante este periodo, las unidades del CETH de Manaus (Amazonas) y Recife (Pernambuco) inauguraron sus espacios dedicados al público infantil.

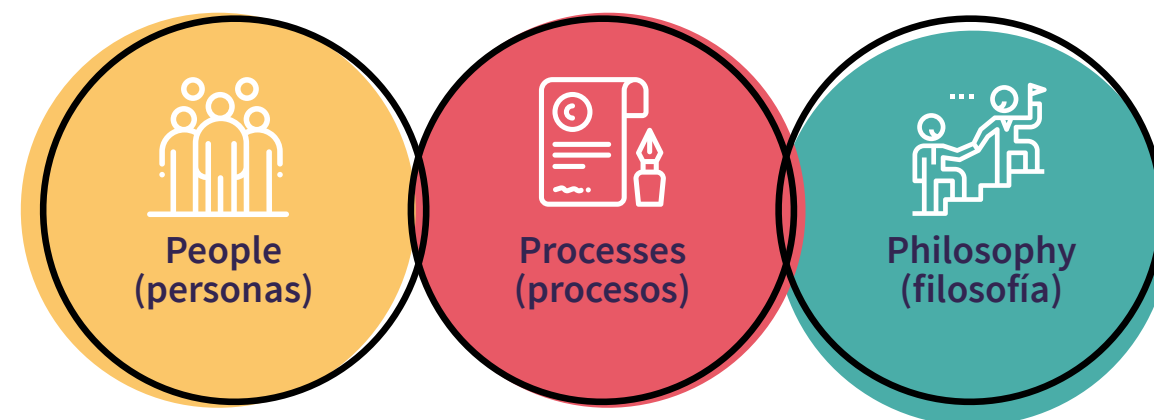


08

Prácticas
Laborales**Respeto y valorización de las ideas individuales**

HR3

Uno de los pilares del negocio exitoso de Honda es la mirada hacia quien lo hace todos los días: sus colaboradores. La compañía desarrolla sus actividades a partir de las 3 "pes", cuyo significado es People (personas), Processes (procesos) y Philosophy (filosofía). Las tres pes forman el pilar del modelo de gestión del trabajo en Honda. Los colaboradores son quienes dirigen la empresa, que tiene como filosofía de trabajo el desarrollo, la iniciativa y el trabajo en equipo.

Pilares del modelo de gestión Honda

La relación de Honda con sus colaboradores se basa en el estímulo a los sueños y al mantenimiento del espíritu joven. Esas características son las que le permiten a la empresa innovar y ser siempre contemporánea. Conviene destacar que la cultura corporativa de la compañía estimula la libre manifestación de los equipos sobre sus potencialidades e intereses en adquirir nuevas competencias para su desarrollo.

LA1, LA10

Algunos ejemplos de programas destinados al desarrollo de los colaboradores Honda son:

- **GAP (Global Assignment Program).** Programa estratégico de desarrollo internacional orientado a capacitar a los profesionales para actuar en un entorno globalizado y liderar los cambios estratégicos en Honda. El último año fiscal, 16 colaboradores de Honda participaron en el GAP en periodos de desarrollo que variaron entre un mes y dos años en Japón, Estados Unidos y en otros países.
- **NHC (New Honda Circle).** Programa mundial que incentiva el intercambio de experiencias y aporta ideas para optimizar los recursos y mejorar los procesos internos y la calidad del ambiente de trabajo. Todos los años, el NHC reúne a grupos de colaboradores formados en todas las unidades de la empresa en América del Sur y en el mundo. En 2016 se inscribieron 1.796 grupos, de los que cuatro quedaron entre los mejores y participaron en la Convención Mundial en China.
- **Nuevos Caminos:** El compromiso de la empresa con sus colaboradores va más allá del periodo en el que están activos. Entre las acciones promovidas por la empresa, destaca el Programa Nuevos Caminos,

dedicado a los empleados mayores de 55 años. Esta iniciativa, estructurada en cursos sobre finanzas y carreras, tiene una duración de cinco años y prepara a los colaboradores para que se mantengan sanos y activos después de jubilarse de acuerdo a sus deseos. Asimismo, dentro del Programa, el área de Recursos Humanos presta asistencia a las cuestiones burocráticas y financieras de la jubilación tanto en relación con la previsión pública como en relación con PreviHonda, lo que facilita la planificación financiera de los futuros jubilados.

Honda también busca desarrollar a sus directivos para mejorar la gestión de las personas, enfatizando para ello las prácticas de comunicación abierta. En este sentido, la compañía trabaja fuertemente en la retención de talentos por medio de la formación de ejecutivos internamente, valorizando el trabajo de quien ya forma parte del equipo. Un buen ejemplo de este desarrollo de talentos internos está en el propio presidente de Honda Brasil, que construyó su carrera dentro de la empresa y hoy es uno de los miembros del consejo global, además de ser CEO de América del Sur.

EDP (Executive Development Program)

Esta capacitación, desarrollada en colaboración con el ISE Business School, 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.



Igualdad

En Honda se valoriza un ambiente de trabajo abierto, con autonomía y equidad entre todos. Por ello, ningún colaborador, ni siquiera los directores o los miembros de la presidencia, cuentan con despachos separados. Para reforzar aún más estos valores de paridad que forman parte de la filosofía de la empresa, todos los que trabajan en las fábricas llevan uniforme blanco, incluso el personal del área administrativa y los altos directivos, lo que también destaca los atributos de la organización, limpieza y calidad, muy valorados por Honda en todas las plantas repartidas por el mundo.



Asociación colectiva

G4-11, HR4

La relación de Honda con sus colaboradores se establece dentro de los principios de confianza y respeto. Así pues, la comunicación de la empresa con los sindicatos representantes de sus equipos tiene lugar de forma transparente y proactiva. Los valores de la compañía garantizan el derecho a la libre asociación sindical y políticas de puertas abiertas para la promoción de un diálogo constante.

“

El 100% de los colaboradores de Honda South America están cubiertos por convenios colectivos.

”

09

Salud y Seguridad en el Trabajo

Bienestar y calidad de vida en el lugar de trabajo

LA6, LA8, PR1

Las relaciones laborales entre Honda y sus colaboradores se guían por el cuidado con el bienestar y la calidad de vida. Para ello, la empresa invierte constantemente en acciones orientadas a la salud y seguridad del trabajador, y todas las medidas adoptadas respetan la legislación vigente y la normativa del sector.

La gestión del área de Seguridad y Salud es fundamental para el crecimiento de la empresa y, por ello, también apoya el plan estratégico de la compañía. Siguiendo estas premisas, las fábricas de automóviles y motocicletas realizan actividades y cursos de capacitación y reciclaje de la brigada de emergencia, seguridad en la operación.

Este compromiso con la prevención de accidentes es una responsabilidad de todos. Además, la alta administración tiene un rol importante en ese proceso, al apoyar iniciativas y proporcionar recursos para la idealización y realización de programas preventivos.

La eficiencia de esos programas se mide mediante índices específicos, controlados mensualmente y comparados con los resultados de otros fabricantes y de las unidades globales de Honda.

Sin seguridad no hay producción

Las palabras del fundador de la empresa, Soichiro Honda, ilustran claramente la preocupación y la responsabilidad de la empresa ante sus colaboradores. Así, para garantizar que todos los procesos estén libres de accidentes e incidentes, la compañía utiliza metodologías y herramientas para el análisis en el ambiente de trabajo, identificando riesgos potenciales y adoptando medidas preventivas para alcanzar la meta de “cero accidentes” en todas las unidades productivas.

Los resultados históricos de la empresa en cuanto a los índices de accidentes muestran claramente la participación y el compromiso de todos en la gestión de los riesgos y en las medidas de prevención adoptadas. En Brasil, estos resultados están siendo positivos, con una reducción del número de accidentes en los últimos ocho años.



Aspectos Destacados en Seguridad

Programa *Acidente Zero* [Cero Accidentes]

Uno de los aspectos más destacados de Honda Automóveis do Brasil el último año fiscal es la creación del Programa Cero Accidentes, que suma más de 20 acciones específicas para la prevención de accidentes en el lugar de trabajo. El proyecto Bottom Up, en el que cada

colaborador puede sugerir mejoras por medio de un canal de comunicación exclusivo, las evaluaciones cruzadas de seguridad, que prevén la inspección de diferentes gestores de la fábrica para señalar riesgos potenciales, las reuniones mensuales de evaluación de los

indicadores, y los planos para la mitigación de los accidentes futuros son algunas de las actividades promovidas dentro del programa. En estas acciones, la empresa cuenta con la participación del 100% de los colaboradores, desde el operador de la fábrica hasta los altos directivos.

Academia de Seguridad

Entre los principales retos de Moto Honda da Amazônia del último año fue la implantación del Academia de Seguridad, un espacio para

entrenar la percepción de riesgos a partir del uso de simuladores. El objetivo principal de esta iniciativa es aumentar la conciencia de los

colaboradores para que realicen sus actividades con el máximo cuidado y rigor, asegurando, de esta forma, su salud y bienestar.

Aspectos Destacados en Salud

Manteniendo la mejor postura

Por lo que respecta a la salud de sus colaboradores, una de las principales medidas de Honda está relacionada con la ergonomía.

Por eso, aparte de cumplir las normas reguladoras, Honda refuerza las medidas de prevención y tratamiento en esa área y

mantiene una Comisión Interna de Ergonomía, cuyo equipo actúa a partir del Análisis Ergonómico del Trabajo (AET).

Atención de calidad y especializada

La fábrica de motocicletas de Honda, en Manaus (Amazonas), cuenta con un moderno Ambulatorio de Especialidades para atender a sus colaboradores. Las instalaciones disponen de una infraestructura donde los trabajadores reciben

atención médica en casos de urgencia, además de contar con diferentes especialidades médicas para consultas de rutina, como cardiología, ginecología y fisioterapia, entre otras. Mención especial para la fisioterapia, que

tiene capacidad para atender a cerca de 130 pacientes al día. Son siete fisioterapeutas que tratan patologías como tendinitis, lesiones deportivas y neurológicas, además de realizar tratamientos pre y posoperatorios.

RPG (Reeducación Postural Global)

La reeducación postural global mejora la salud y previene enfermedades. Mediante una atención personalizada, se trata el cuerpo como un todo, reorganizando

sus segmentos con ejercicios que estiran y tonifican la musculatura. Algunos de sus beneficios son la mejora de las patologías relacionadas con la columna

y respiratorias. Con el RPG, el colaborador puede mejorar su día a día y aumentar su calidad de vida en sus momentos familiares.

Campañas de prevención

Actuamos en la prevención por medio de la orientación para la concienciación de nuestros colaboradores, además de la vacunación anual para el Grupo Prioritario.

Temas de las campañas:

- Campaña contra el dengue: Consejos de cuidados con la residencia y la familia.

- Campaña de orientación de la gripe ofreciendo vacunas contra la gripe a los grupos prioritarios
- Carnaval seguro: Concienciación y distribución de preservativos.
- Campaña Octubre Rosa: Concienciación y disponibilidad de exploraciones específicas de prevención en el Ambulatorio de Especialidades.

- Campaña Noviembre Azul: Concienciación.

10

Desempeño Ambiental

Estrategia climática

EC2

Honda considera como parte de su estrategia de negocio las respuestas al cambio climático, las cuestiones energéticas y el uso eficiente de recursos para la definición de metas que minimicen los impactos ambientales generados por sus operaciones, productos y servicios. De esta forma, trabaja con conceptos que garantizan acciones de responsabilidad ambiental en toda la cadena productiva.

Visión Ambiental y de Seguridad de Honda

Concretar la alegría y la libertad de la movilidad y una sociedad sostenible en la que las personas puedan disfrutar de la vida. Con una visión de futuro que vislumbra una sociedad con un mínimo impacto ambiental para garantizar el equilibrio de nuestro planeta, la compañía anunció, en 2011, de forma global, el objetivo de reducir a la mitad sus emisiones corporativas de CO₂ de aquí a 2050 en comparación con los niveles del año 2000.

En línea con esta estrategia, el principal aspecto destacado en Brasil es el parque eólico de Honda Energy de Brasil, primero del sector automotor nacional y del grupo Honda en el mundo. Situado en la ciudad de Xangri-Lá, en el estado de Rio Grande do Sul, este complejo de nueve turbinas recibió una inversión de más de 107 millones BRL y cubre toda la demanda energética de la unidad de Sumaré, en el interior de Sao Paulo, donde están localizadas la fábrica de automóviles, el Centro de Investigación y Desarrollo de Automóviles y las oficinas centrales

de la marca. Esta estructura también sirve a las oficinas administrativas de la empresa en Sao Paulo capital, además de al centro logístico de LSL Transportes, empresa asociada, ubicada en Paulínia, encargada de las operaciones de manejo de materiales y abastecimiento de las líneas de montaje.

El último año fiscal, el parque generó 73.391 MWh, una cifra un 2,9% más alta que el año anterior.

Desde su inauguración, en 2014, se han generado 199.000 MWh de energía eléctrica, permitiendo que la empresa dejase de emitir más de 16.000 toneladas de CO₂. Este emprendimiento sigue siendo el único del sector en obtener el Certificado de Energía Renovable concedido por la ABEEólica (Asociación Brasileña de Energía Eólica) y por la Abragel (Asociación Brasileña de Generación de Energía Limpia). Además, por ser responsable de la generación de la energía renovable utilizada en la producción, el parque coloca a Honda Automóviles de Brasil como la única empresa del sector con el derecho a utilizar el "Sello de Energía Renovable" en todos sus automóviles.

Parque Eólico de Honda Energy

- Inversiones del orden de 107 millones BRL.
- Desde 2014, se han producido 207.000 MWh de energía eléctrica.
- El último año fiscal, una producción de 73.391 MWh, una cifra un 2,9% más alta que el período anterior.
- Durante el tiempo funcionamiento del parque, Honda ha dejado de emitir más de 16.000 toneladas de CO₂.

En la misma línea de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, la fábrica de motocicletas en Manaus (Amazonas) sustituyó el uso de GLP (gas licuado de petróleo) por gas natural en sus procesos internos. Esta acción permite que la empresa deje de emitir más de 2.095 toneladas de CO₂ por año, además de otros contaminantes atmosféricos derivados de la quema de gases fósiles.

Reducción de emisiones de CO₂

EN15, EN16, EN17

Las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de las fábricas de Brasil se calculan de acuerdo a la metodología del Programa Brasileño GHG Protocol y se verifican externamente. La metodología del programa establece, de momento, el uso del factor de emisión del Grid Nacional para calcular las emisiones indirectas por el uso de electricidad.

Por ese motivo, las reducciones de emisiones asociadas al parque eólico de Xangri-Lá (Rio Grande do Sul) no aparecen reflejadas en el inventario de emisiones de Honda Automóveis do Brasil (HAB).

Desde 2011, Honda Automóveis do Brasil registra y publica su inventario de emisiones de gases

de efecto invernadero, recibiendo el Sello Oro por divulgar datos referentes a los tres alcances. Por su parte, Moto Honda da Amazônia (HDA) integra el programa desde 2013 y, por tercer año consecutivo, recibió el Sello Oro en su inventario. En las fábricas de Argentina y Perú, las emisiones se calculan mediante metodología propia.



“

En 2016, las fábricas de Honda en Brasil redujeron sus emisiones de gases de efecto invernadero en 3.000 toneladas de CO₂ con respecto al año anterior.

”

Meta global Honda

 **Honda estableció para sus fábricas en todo el mundo la meta de reducción del 50% de las emisiones de CO₂ de aquí a 2050.**

 **La base empleada fueron las emisiones registradas el año 2000.**

Ecoeficiencia

EN3, EN5, EN6

Las inversiones en ecoeficiencia le permiten a Honda cumplir sus compromisos de reducción de impacto ambiental. En este sentido, la disminución del consumo de energía eléctrica en sus instalaciones es una de las acciones que lleva a cabo la empresa.

Para ello, los equipos se inspeccionan a menudo, la elección de los productos se realiza en función de las referencias de eficiencia, y el empleo de luz natural es una prioridad.

En este aspecto, se destacan las características de construcción de la sede administrativa de Honda South America (HSA), localizada en la ciudad de Sumaré (Sao Paulo). Toda la estructura fue diseñada con recursos ecológicamente correctos, como lámparas con reflectores de aluminio adaptados para expandir la luminosidad y ambientes rodeados de ventanales, maximizando la iluminación solar. Las ventanas también permiten la optimización de la ventilación natural, y el aire

acondicionado solo se enciende cuando es verdaderamente necesario y en horario de oficina.

El sistema de climatización de la unidad es inteligente, con autorregulación de la temperatura. A pesar de ser central, esta tecnología permite que cada ambiente se pueda controlar de forma independiente, por lo que los ambientes pueden permanecer apagados, ofreciendo un confort térmico con menos consumo eléctrico.

Otras iniciativas

La búsqueda por la eficiencia energética y mejores resultados en el desempeño ambiental forma parte del día a día de todas las unidades de Honda. A lo largo del año, se desarrollaron y se pusieron en práctica diversos proyectos para reducir el consumo de energía eléctrica en las instalaciones de la empresa. Entre ellos se encuentran:

■ **Contención de líquidos de baterías:** hasta 2016, la sala de almacenamiento de baterías del Centro de Distribución en Jaboatão dos Guararapes (Pernambuco) no disponía de un sistema para contener posibles fugas. Para evitar cualquier tipo de daño al medio ambiente, Honda implantó sistemas de protección que impiden que esos fluidos lleguen al suelo.

■ **Refundición de bloques de motor reducidos a chatarra:** Honda Automóveis do Brasil desarrolló un dispositivo para realizar el proceso de refundición internamente, en vez de recurrir a un proveedor externo, lo que hizo que redujera la emisión de CO₂ proveniente de procesos logísticos.

Maximización del cabotaje en la logística de distribución de motocicletas

EN23, EN25

El último año fiscal, Honda amplió el cabotaje en la logística de distribución de motocicletas de la fábrica de Manaus hasta los PAD (Puntos de Apoyo de Distribución), reduciendo las emisiones de CO₂. Los modelos XRE 190 y PCX 150 pasaron a ser enviados a los PAD de Camaçari, Fortaleza y Campinas en buques de cabotaje. Con esta ampliación, la unidad dejó de emitir 71 toneladas de CO₂ en 2016.

Gestión de residuos y reciclaje

EN23, EN25

El perfeccionamiento constante del sistema de gestión de residuos es un compromiso de Honda. La compañía se esfuerza en conocer y mejorar el ciclo de vida de todos los materiales que intervienen el proceso productivo, desarrollando tecnologías que permiten la reducción, reutilización y el reciclaje de residuos (3R), además de aplicarse para la eliminación de los riesgos relacionados con la disposición final.

En línea con esta estrategia y fundamentados en minimizar los impactos negativos al medio ambiente, Moto Honda da Amazônia desarrolló, en 2016, un proyecto

para el reciclaje interno de desechos metálicos, utilizándolos nuevamente en la producción de motocicletas. Esta acción permitió que no se desecharan 52 toneladas de chatarra de acero durante año. Este trabajo de Moto Honda da Amazônia fue reconocido como uno de los mejores casos de éxito globales de la empresa en el Honda Green Conference 2016, evento realizado en Japón para ensalzar las iniciativas ambientales desarrolladas por los equipos de la marca en todo el mundo. Otro aspecto destacado en relación con el reaprovechamiento de residuos viene de Honda Automóveis do Brasil,

a partir del reciclaje de los residuos de pintura y disolventes provenientes del proceso de pintado de los vehículos. Este proyecto, que se puso en marcha en 2009, ha permitido que se reciclen 540 toneladas de residuos de pintura y 816 toneladas de disolvente, gracias a un acuerdo de colaboración con una empresa que reutiliza estos residuos para producir tinta. Las paredes y pisos de algunas estructuras de la fábrica de automóviles, como la estación de tratamiento de agua potable, la planta de tratamiento de efluentes y la central de residuos, están pintadas con esta pintura reciclada, haciendo posible aplicar el concepto del reúso.

Logística inversa de bidones

En colaboración con una empresa recicladora de residuos de tintas y disolventes, la fábrica de automóviles implantó, en 2016, la logística inversa de los bidones de almacenamiento de tales materiales. Ahora, a los bidones se les quita los rótulos, las etiquetas y demás identificaciones, se higienizan y vuelven con el mismo transporte para ser reutilizados. Esta acción evita que se compren nuevos recipientes para esta finalidad, con la consiguiente reducción en la generación de residuos.

Compostaje de residuos orgánicos

Desde 2015, el Centro de Distribución de piezas de Jaboatão dos Guararapes (Pernambuco) realiza un proceso de compostaje interno de todos los residuos orgánicos que generan. Con esa iniciativa, la unidad dejó de enviar cerca de 2,5 toneladas de residuos por año al vertedero. Además de tratar internamente los residuos de una forma mucho más sostenible, la composta genera abono, que se utiliza para el jardín de la unidad.

Uso racional del agua

EN8, EN9, EN10, EN22

Honda cree en la coexistencia armoniosa entre empresa y el entorno y opera sus unidades según la normativa local y las mejores prácticas del sector. De esta forma, busca asegurar que sus actividades no comprometan los recursos naturales y trabaja constantemente para garantizar el menor impacto ambiental proveniente de sus actividades. Más que no causar impactos negativos, Honda busca generar impactos positivos para el medio ambiente.

Las unidades brasileñas, argentina y peruana de la compañía cuentan con plantas de tratamiento de efluentes (PTE) físicos, químicos y biológicos.

En la fábrica de Manos, parte del efluente final tratado se emplea para regar los jardines, reduciendo así la cantidad de agua potable retirada de la naturaleza para ese fin y garantizando el reúso sostenible de este recurso. Inaugurada en 2001, la planta de tratamiento de efluentes de la fábrica de Honda en Manaus está considerada como la más moderna de América del Sur y, sumada a la PTE de Honda Automóveis en Sumaré, trata cerca de 1.300 m³ de efluentes por día. La PTE de Honda Selva del Perú, planta de motocicletas y vehículos de tres ruedas ubicada en la ciudad de Iquitos, se inauguró en julio de 2016.

Además de tratar de forma adecuada este recurso, Honda cuenta con diversas acciones de reducción de su consumo. En la unidad de Manaus, un proyecto finalizado en 2016 permite evitar el consumo de 7.920 litros de agua al año solo con el reúso del agua desechada del sistema de refrigeración de la unidad de maquinado. Además, durante el proceso de pintura en polvo, el consumo de agua utilizado en el pretratamiento se redujo en un 70% con la instalación de un drenaje que elimina el aceite acumulado en la superficie del depósito, manteniendo la calidad del agua durante más tiempo.





Preservación de la biodiversidad

EN11, EN13

Para ayudar a preservar la biodiversidad en la región amazónica, Honda realiza una serie de acciones específicas. Entre ellas, el mantenimiento de la Reserva Particular del Patrimonio Natural (RPPN), en la ciudad de Manaus (Amazonas), que tiene más de 16 hectáreas a orillas del Igarapé do Mindu. Por albergar una gran biodiversidad de especies de la flora y de la fauna amazónica, la Reserva está considerada un fragmento urbano de bosque secundario y alberga especies como las garzas de la región y el mono tití del Amazonas.

Otra iniciativa de la compañía en esa región es el Proyecto Agrícola, en el municipio de Rio Preto da Eva, cerca de Manaus (Amazonas). El objetivo de este proyecto es plantar árboles frutales y especies en peligro de extinción, tales como la caoba, el palo de rosa, la copaiba y la andiroba. Hay tres tipos de palo de rosa desde el sur de México hasta la Mata Atlántica. Sin embargo, la amazónica es la que presenta la mayor concentración de aceite “linalol”, sustancia usada en la fabricación perfumes importados. Por eso, se explota incesantemente desde hace décadas.

Desde 2003, Honda ha invertido cerca de 2 millones BRL en mejoras y en el cultivo de más de 20.000 plántones frutales, como cocotero, chontaduro, acerolo, limonero, papayo y plátano. Este proyecto también realiza el cultivo de lechuga hidropónica y todos estos alimentos abastecen a los restaurantes de la fábrica y entidades que cuidan a niños y personas mayores desfavorecidas. Cerca del 80% del área, el equivalente a 802,38 hectáreas, se mantiene como reserva legal.

Índice del Contenido del GRI



G4-32

Indicador	Comentarios / Observación	Página
Estrategia y análisis		
G4-1		5
G4-2		5
Perfil de la organización		
G4-3		9
G4-4		5, 13, 16, 25
G4-5		13
G4-6		13
G4-7		13
G4-8		5, 13, 16
G4-9		13, 16
G4-10		16

Número de empleados por contrato laboral y sexo		
	Hombres	Mujeres
Temporales	353	98
Fijos	10.138	1.329

Número de empleados fijos por tipo de empleo y sexo		
	Hombres	Mujeres
Jornada completa	10.233	1.322
Tiempo parcial	303	105

Tamaño de la plantilla por empleados propios, trabajadores subcontractados y sexo		
	Homens	Mulheres
Propios	10.536	1.427
Subcontratados	1.290	162

Tamaño de la plantilla por región y sexo		
	Hombres	Mujeres
Brasil (Norte)	5.414	493
Brasil (Sudeste)	3.744	736
Argentina	1.154	102
Chile	65	12
Perú	159	84

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-11		51
G4-12		35, 36, 37
G4-13		18
G4-14		15
G4-15		23

G4-16	Brasil: ABRACICLO, presidencia: (Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares) SIMEFRE, vicepresidencia: (Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários, Rodoviários e Duas Rodas) ANFAVEA/SINFAVEA, vicepresidencia: (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores / Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóveis e Veículos Similares) AEA, Dirección: (Associação Brasileira de Engenharia Automotiva) FIEAM, Dirección: (Federação das Indústrias do Estado do Amazonas) CIEAM, Dirección: (Centro da Indústria do Estado do Amazonas) AFICAM, Dirección: (Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia) Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo, Dirección Argentina: ADEFA: (Asociación de Fabricantes de Automotores) CAFAM: (Cámara de Fabricantes de Motovehículos) Chile: ANIM: (Asociación Nacional de Importadores de Motocicletas)	23
-------	--	----

Aspectos materiales y cobertura	
G4-17	9
G4-18	10
G4-19	10
G4-20	10
G4-21	10
G4-22	10
G4-23	10

Indicador	Comentarios / Observación	Página
Participación de los grupos de interés		
G4-24		10
G4-25		10
G4-26		10
G4-27		10

Perfil de la memoria		
G4-28		9
G4-29		9
G4-30		9
G4-31		9
G4-32	Opción “esencial”	9, 63
G4-33	No ha habido verificación externa	

Gobierno		
G4-34		39, 40
G4-38		39
G4-39	El presidente del consejo de administración no ocupa ningún puesto de director ejecutivo	

Ética e integridad		
G4-56		40, 41

ECONOMÍA		
Desempeño económico		
G4-EC1		16
G4-EC2		57

Prácticas de adquisición		
	Proporción de gastos con proveedores locales (solo componentes adquiridos en Brasil)	
G4-EC9	- Total de gastos con proveedores: 5.400 millones BRL en 2016 - Total de gastos con proveedores locales: 2.800 millones BRL en 2016. - Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales: 52%.	

Indicador	Comentarios / Observación	Página
MEDIO AMBIENTE		
G4-EN1		36, 37
G4-EN2	Algunos materiales empleados en la fábrica de motocicletas de Manaus (Amazonas), como el aluminio y la arena revestida (shell), permiten el empleo de una determinada cantidad de material reciclado en su composición, siempre que se haga de forma controlada para no extrapolar los límites especificados de su composición, lo que garantiza las propiedades mecánicas necesarias para atender las exigencias de los productos. En el caso de la arena revestida utilizada en la fundición en el proceso de fabricación de moldes de arena ("macheira"); luego de emplear los moldes, una empresa los recicla y los devuelve para ser reutilizados en el proceso de fabricación de los moldes. Fabricación de piezas de aluminio: Se emplearon 712.581 kg de piezas recicladas	
Energía		
G4-EN3		59

Consumo energético en las fábricas (GJ)					
Fuente	BRASIL		ARGENTINA		PERÚ
	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóviles)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva del Perú
Fuente renovable	10.425	0	0	0	0
Fuente no renovable	128.092	266.479	40.353	30.480	2.975
Energía indirecta por el uso de electricidad	209.271	461.846	30.080	26.175	2.615
Total (GJ)	347.788	728.325	70.432	56.655	5.590

Consumo energético de las oficinas (GJ)			
Fuente	BRASIL	PERÚ	CHILE
Fuente renovable	1.993	0	0
Fuente no renovable	1.847	1.006	1.783
Energía indirecta por el uso de electricidad	10.228	574	248
Total (GJ)	14.068	1.580	2.031

Nota: La oficina HAR (Argentina) fue desactivada en 93ki, como parte de la estrategia One Floor de Honda, en la que las oficinas descentralizadas ahora se encuentran junto a las unidades fabriles, garantizando así no solo una mayor interacción entre los colaboradores, sino también una optimización del uso de los recursos, como las plantas de tratamiento de efluentes.

Indicador	Comentarios / Observación		Página
G4-EN5			59
G4-EN6			59
G4-EN7	Mejora del consumo de combustible en los principales modelos fabricados.		
	• Cifras de consumo divulgadas por el programa de etiquetado del gobierno (CONPET) según los estándares utilizados por el programa. • Consideramos 2013 como referencia por ser el primer año después del inicio del programa INOVAR. • Medición de consumo de combustible de acuerdo con la norma NBR 7024.		
	Modelo	Fit EX 1.5 16V AT (2013)	Fit EX 1.5 16V CVT (a partir de 2015)
	Consumo	Etanol urbano 6,8 km/l; Etanol en ruta 8,2 km/l; Gasolina urbano 10,5 km/l; Gasolina en ruta 12,2 km/l	Etanol urbano 8,3 km/l; Etanol en ruta 9,9 km/l; Gasolina urbano 12,3 km/l; Gasolina en ruta 14,1 km/l
	Mejora	18,87%	
	Modelo	City EX 1.5 16V AT (2013)	City EX 1.5 16V CVT (a partir de 2015)
	Consumo	Etanol urbano 7,5 km/l; Etanol en ruta 8,3 km/l; Gasolina urbano 11,2 km/l; Gasolina en ruta 14 km/l	Etanol urbano 8,5 km/l; Etanol en ruta 10,3 km/l; Gasolina urbano 12,3 km/l; Gasolina en ruta 14,5 km/l
	Mejora	12,70%	
	Modelo	Civic LXR 2.0 16V AT (2013)	Civic EXL2.0 16V CVT (a partir de 2016)
	Consumo	Etanol urbano 6,5 km/l; Etanol en ruta 9,2 km/l; Gasolina urbano 9,4 km/l; Gasolina en ruga 12,8 km/l	Etanol urbano 7,2 km/l; Etanol en ruta 8,9 km/l; Gasolina urbano 10,5 km/l; Gasolina en ruta 13 km/l
	Mejora	4,59%	

Água	
G4-EN8	61

Agua captada y adquirida de las fábricas					
Fuente	BRASIL		ARGENTINA		PERÚ
	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóviles)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva del Perú
Red municipal (m³)	126.071	0	0	0	-
Aguas subterráneas (m³)	84.096	550.146	35.952	53.020	12.747
Agua de reúso (m³)	0	1.205	0	0	0
Total (m³)	210.167	551.351	47.936	70.693	12.058

Agua captada y adquirida de las oficinas			
Fuente	BRASIL	PERÚ	CHILE
Red municipal (m³)	7.090	951	574

Nota: La oficina HAR (Argentina) fue desactivada en 93ki, como parte de la estrategia One Floor de Honda, en la que las oficinas descentralizadas ahora se encuentran junto a las unidades fabriles, garantizando así no solo una mayor interacción entre los colaboradores, sino también una optimización del uso de los recursos, como las plantas de tratamiento de efluentes.

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-EN9		61
G4-EN10		61
Biodiversidad		
G4-EN11		62
G4-EN13		62
Emisiones		
G4-EN15		58
G4-EN16	Ver más abajo	58
G4-EN17		58

Emisiones de GEI de las fábricas			
BRASIL	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Total
Emisiones directas de fuentes renovables	877	899	1.777
Emisiones directas de fuentes no renovables	9.604	35.476	45.081
Emisiones indirectas por el uso de electricidad	4.765	121.483	126.249
Total tCO ₂ e	15.247	157.859	173.106

Metodología: GHG Protocol
Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre de 2016)

Emisiones de GEI de las fábricas			
ARGENTINA	Honda Motor Argentina (Automóviles)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Total
Emisiones directas de fuentes renovables	0	0	0
Emisiones directas de fuentes no renovables	2.350	1.735	4.085
Emisiones indirectas por el uso de electricidad	4.378	3.810	8.188
Total (tCO ₂)	6.728	5.545	12.273

Metodología propia
Año fiscal

Emisiones de GEI de las fábricas	
PERU	Honda Selva del Perú
Emisiones directas de fuentes renovables	0
Emisiones directas de fuentes no renovables	196
Emisiones indirectas por el uso de electricidad	468
Total tCO ₂	664

Metodología propia
Año fiscal

Emisiones de GEI de las oficinas			
	BRASIL*	PERÚ**	CHILE**
Emisiones directas de fuentes renovables	163,22	0	0
Emisiones directas de fuentes no renovables	138,13	68,90	122,73
Emisiones indirectas por el uso de electricidad	184,17	37,63	25,74
Total tCO ₂	485,52	106,53	148,46

* Metodología: GHG Protocol, año fiscal y tCO₂e
** Metodología propia, año calendario y tCO₂

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-EN18		
G4-EN19		31
G4-EN20		
G4-EN21	Ver más abajo	

NO _x , SO _x y otras emisiones atmosféricas significativas					
Fuente	BRASIL		ARGENTINA		PERÚ
	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóviles)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva del Peru
Emisión total* (t)	491	589	81	N/D	N/D

* Solo compuestos orgánicos volátiles

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-EN22		61

Vertido total de aguas, según su calidad y destino				
Fábrica	Destino	Volumen de efluente (m³)	DBO promedio mensual (mg/l)	DQO promedio mensual (mg/l)
Honda Automóveis do Brasil	Agua superficial	119.355	9	169
Moto Honda Amazônia	Otros	411.442	4	13,3
Honda Motor Argentina (Automóviles y Motocicletas)	Agua superficial	100.254	60	150
Honda Selva del Perú	Otros	5.801	26	70
Nota: Las aguas residuales de Honda Motor Argentina (Automóviles y Motocicletas) se tratan en una sola planta de tratamiento de efluentes, por lo que sus indicadores no se separan.				

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-EN23		60

Residuos sólidos generados y destinados (fábricas) Clasificación: No peligrosos					
Tratamiento	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda da Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóviles)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva del Perú
Reciclaje (t)	18.445	31.522	2.066	816	418
Vertedero (t)	218	0	0	0	373
Incineración (t)	0	960	0	-	-
Coprocesamiento (t)	31	1.021	0	-	-
Compostaje (t)	383	0	154	247	-
Total no peligrosos	19.077	33.503	2.220	1.063	791

Residuos sólidos generados y destinados (fábricas) Clasificación: Peligrosos					
Tratamiento	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda da Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóviles)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva del Perú
Reciclaje (t)	303	929	-	-	0
Incineración (t)	-	2.935	-	434	-
Coprocesamiento (t)	-	1.200	7	-	-
Total peligrosos	303	5.064	7	434	0

Residuos sólidos generados y destinados (oficinas)			
Tratamiento	BRASIL	PERÚ	CHILE
Reciclaje (t)	6	2	3
Vertedero (t)	44	0	2
TOTAL	50	2	6

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-EN25		60
Productos y servicios		
G4-EN27		31
G4-EN28		31
Cumplimiento regulatorio		
G4-EN29		41
Evaluación ambiental de los proveedores		
G4-EN32		35, 36, 37

Número de proveedores activos y porcentaje de contratación en función de los criterios indicados, para cada categoría del negocio		
	Automóviles	Motocicletas
Número de proveedores activos en 93ki (cantidad)	150	108
Porcentaje de proveedores contratados en función de criterios ambientales (%)	50%	54%
Nuevos proveedores contratados en 93ki (cantidad)	15	4

Indicador	Comentarios / Observación	Página
DESEMPEÑO SOCIAL		
Prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo		
G4-LA1		50

Número de nuevas contrataciones						
Menores de 30 años		de 30 a 50 años		Mayores de 50 años		
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Brasil	45	38	32	12	0	0
Argentina	167	10	31	7	1	0
Chile	10	1	5	1	0	0
Perú	36	6	7	2	7	0

Tasa de rotación de empleados (%)						
Menores de 30 años		de 30 a 50 años		Mayores de 50 años		
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Brasil	7%	12%	9%	9%	2%	1%
Argentina	3%	0%	2%	0%	0%	0%
Chile	18%	6%	29%	24%	24%	0%
Perú	54%	8%	20%	5%	9%	3%

Indicador	Comentarios / Observación			Página
Salud y seguridad en el trabajo				
G4-LA6				53
G4-LA8				53
Capacitación y educación				
Promedio de horas de capacitación por empleado				
Solo Moto Honda da Amazônia				
G4-LA9	Brasil	Hombres	Mujeres	
	Directores	4	0	
	Gerentes y gerentes generales	13,65	0	
	Empleados (administrativo)	14,12	12,92	
	Empleados (fábrica)	9,18	10,47	
G4-LA10				50
Porcentaje de los empleados que ha recibido una evaluación periódica de su desempeño y de la evolución de su carrera				
Solo Moto Honda da Amazônia				
G4-LA11	Brasil	Hombres	Mujeres	
	Directores	-	-	
	Gerentes y gerentes generales	2% (38)	-	
	Empleados (administrativo)	83% (1780)	14% (304)	
	Empleados (fábrica)	96% (3248)	4% (151)	
Los números de los empleados de la fábrica abarcan el periodo de enero a diciembre de 2016 En cambio, los números de gerentes, gerentes generales y empleados Administrativos se refieren al 93ki (periodo comprendido entre marzo de 2016 y abril de 2017).				

Indicador	Comentarios / Observación		Página
DERECHOS HUMANOS			
No discriminación			
G4-HR3			49
Libertad de asociación y negociación colectiva			
G4-HR4			51
Trabajo infantil			
G4-HR5			35
Trabajo forzoso			
G4-HR6			35
SOCIEDAD			
Comunidades locales			
G4-SO1			44, 45, 46, 47
G4-SO2			43, 45, 46
Lucha contra la corrupción			
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados		
	Número de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción.	8 unidades de negocio	
	Porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción.	100% de las unidades de negocio	
G4-SO4			

Miembros del órgano de gobierno a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción y que han recibido capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		
Dirección	Total	%
Brasil (Región Norte)	0	0%
Brasil (Región Sudeste)	3	33%
Argentina	3	100%
Chile	0	0%
Perú	0	0%

Miembros del órgano de gobierno a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción y que han recibido capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		
Gerentes y gerentes generales	Total	%
Brasil (Región Norte)	41	100%
Brasil (Región Sudeste)	90	94%
Argentina	19	80%
Chile	7	100%
Perú	6	100%

Empleados a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción y que han recibido capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		
Empleados (administrativo)	Total	%
Brasil (Región Norte)	480	73%
Brasil (Región Sudeste)	1126	50%
Argentina	0	0%
Chile	61	84%
Perú	115	100%

Empleados a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción y que han recibido capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		
Colaboradores (fábrica)	Total	%
Brasil (Región Norte)	1121	22%
Brasil (Región Sudeste)	710	25%
Argentina	0	0%
Chile	0	0%
Perú	111	100%

Indicador	Comentarios / Observación	Página
G4-SO5		40
Prácticas de competencia desleal		
G4-SO7		40
Cumplimiento regulatorio		
G4-SO8		40

Indicador	Comentarios / Observación	Página
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
Salud y seguridad de los clientes		
G4-PR1		53
Seguridad del producto		
G4-PR2		28, 30
	Incumplimientos de la normativa que acarrearón una multa o castigo	Sin registros *
	Incumplimientos de la normativa que acarrearón una amonestación	Sin registros *
	Incumplimientos de códigos voluntarios	Sin registros *
	* Solo Moto Honda da Amazônia	

Indicador	Comentarios / Observación	Página
Etiquetado de los productos y servicios		
G4-PR5		33
Cumplimiento regulatorio		
G4-PR9		41

créditos y información

Corporativa

Honda South America Ltda.

Estr. Municipal Valêncio
Calegari, 777 (Av. Interna 6)
Bairro: Nova Veneza
Sumaré (SP)
CEP: 13181-903

Dirección general del desarrollo de la memoria de sostenibilidad

- Departamento de Relaciones Públicas de Honda South America
- Departamento de ESG (*Environment, Social and Governance*) de Honda South America

Coordinación editorial

Evelyn Lima y Tassia Rodrigues

Coordinación de la recopilación de indicadores GRI y textos

Keyassociados

Proyecto gráfico, diagramación e infografía

Kite Estratégias Digitais

Consultas, comentarios o sugerencias:

institucional@honda.com.br

HONDA
The Power of Dreams