

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018



HONDA
The Power of Dreams

| Índice

02

Mensaje de la Administración

04

Filosofía Honda y Estrategia de Sostenibilidad

04 | The Power of Dreams

05 | Filosofía Honda

06 | Líneas directrices de Negocio y Visión 2030

07 | Pilares de la Sostenibilidad Honda

08

Acerca del Informe

09 | Temas materiales

10

Visión general de Honda South America

11 | Honda Sudamérica

12 | Modelo de actuación

14 | Desempeño operativo

14 | Motocicletas

16 | Automóviles

17 | Productos de fuerza

18 | Honda Servicios Financieros

19 | HondaJet

20

Gobernanza Corporativa

21 | Gobernanza

21 | Código de Conducta

23 | Riesgos

23 | Cumplimiento regulatorio

24

Informe de desempeño

24 | Medio ambiente

29 | Seguridad

34 | Calidad

39 | Personas

44

Índice de contenidos GRI Standards

Mensaje de la Administración

1

| GRI 102-14 |



Querido lector/a:

La entrega de sólidos resultados marcó las operaciones de Honda Sudamérica en 2018.

Aunque no se haya concretado la promesa de una recuperación más robusta de la economía, nuestro desempeño ha ido acorde con realidad de la región. Paralelamente a la estrategia de fortalecimiento de los negocios, fue necesario considerar los diferentes contextos político-económicos de los países en los que actuamos, generalmente afectados por la devaluación de sus monedas y por las transiciones de sus gobiernos.

De este modo, unimos el conocimiento específico del mercado de cada país y avanzamos con el foco puesto continuamente en la calidad, en la tecnología y en la excelencia en servicios, además de perfeccionar nuestra eficiencia operativa.

En este entorno, tuvimos que aportar conocimiento cualificado y nuevas ideas, haciendo que la actuación de Honda fuera aún más competitiva y perenne.

Y nuestra presencia en la región se ha fortalecido. En 2018, las filiales de Honda South America registraron la venta de 152.446 automóviles, 780.059 motocicletas y 128.272 unidades de productos de fuerza.

Para consolidar nuestra presencia y acompañar las particularidades de los clientes, seguimos con nuestras inversiones en la renovación y actualización de la línea de productos.

El último año también se alcanzaron importantes hitos en nuestra operación brasileña, la de mayor representatividad en la región.

Definimos un nuevo estándar de calidad, tecnología y sofisticación en el segmento de automóviles con importantes lanzamientos, como el nuevo CR-V, Civic Si y el nuevo Accord, todos ellos modelos consagrados en sus categorías. También alcanzamos un nivel superior en el segmento de

motocicletas de alta cilindrada, con el lanzamiento de los modelos GL 1800 Gold Wing, CBR 1000 RR Fireblade y X-ADV. Y, además, potencializamos la visibilidad de la gama de productos de fuerza con activaciones dirigidas en los puntos de venta, realizadas en regiones estratégicas de Brasil.

Los desafíos del entorno persisten, y planeamos enfrentarnos a ellos con una mirada atenta a la constante necesidad de utilizar eficazmente los recursos corporativos, intensificando la colaboración con otras operaciones regionales del grupo.

Con relación a las actividades productivas, buscando consolidar un negocio para el futuro, anunciamos la reestructuración del sistema de producción de automóviles en Brasil. A partir de 2021, la fábrica de Itirapina pasará producir todos los modelos brasileños.

Con esa nueva disposición, la fábrica de Sumaré sigue activa, produciendo componentes, y también como centro estratégico de los negocios de automóviles.

En cuanto a las motocicletas, mantuvimos el título de fábrica más verticalizada del grupo Honda en el mundo y seguimos el objetivo de ser una fábrica compacta, con tecnología actualizada y altamente eficiente.

Y hablar de eficiencia productiva significa asumir un compromiso con la sostenibilidad ambiental, pues toda la planificación de producción arranca con el mejor aprovechamiento de los recursos naturales.

En ese ámbito, quiero destacar el papel del Parque Eólico Honda Energy, que le proporciona energía limpia y renovable a la fábrica de automóviles y a las oficinas de las ciudades de Sao Paulo y Sumaré. En el acumulado hasta el último año, la generación de energía eléctrica estuvo cerca de los 300.000 MWh y evitó la emisión de más de 24.000 toneladas de dióxido de carbono al medio ambiente.

También seguimos avanzando en la introducción de la motorización turbo en la línea local de automóviles, que proporciona un excelente desempeño ambiental con una baja emisión de contaminantes. Y, recientemente, suscribimos el compromiso de traer tres modelos híbridos a Brasil de aquí a 2023, poniendo así a Honda Sudamérica en el mapa de la electrificación.

En paralelo a las acciones para contribuir con un mundo con menos emisiones de contaminantes, también dirigimos nuestros esfuerzos de investigación y desarrollo hacia una sociedad más segura. Para nosotros, la seguridad es un requisito de la movilidad

“

En paralelo a las acciones para contribuir con un mundo con menos emisiones de contaminantes, también dirigimos nuestros esfuerzos de investigación y desarrollo hacia una sociedad más segura. Para nosotros, la seguridad es un requisito de la movilidad y creemos que el binomio educación-tecnología garantizará una convivencia más armónica.

”

y creemos que el binomio educación-tecnología garantizará una convivencia más armónica.

Actuamos fuertemente tanto en la introducción de elementos de seguridad en nuestros productos como en la concienciación sobre el asunto. Un gran ejemplo es el Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH), que ofrece cursos de formación, charlas y actividades de pilotaje para reforzar este principio.

Solo el pasado año, las acciones realizadas por los Centros Educativos de Tránsito Honda, ubicados en las ciudades de Indaiatuba (Sao Paulo), Recife (Pernambuco) y Manaus (Amazonas), posibilitaron la diseminación de conceptos de educación en el tránsito y manejo seguro para 38.927 personas.

El secreto para una operación tan significativa en América del Sur reside en nuestra fuerza de trabajo.

Cuidamos e incentivamos a nuestros colaboradores para que sean mejores todos los días, alimentando sus sueños y buscando su crecimiento personal y profesional. Queremos que mantengan el espíritu joven, evitando la tendencia de apegarse a modelos preconcebidos e impedir el aprendizaje continuo.

Ese es el camino para que crezcamos. Ese es el camino para que mantengamos nuestra operación sostenible. Ese es el camino para que sigamos llevando alegría a la gente por medio de la movilidad.

Muchas gracias y feliz lectura.

Issao Mizoguchi

Presidente da Honda South America

Filosofía Honda y Estrategia de Sostenibilidad

2

- 1 - The Power of Dreams
- 2 - Filosofía Honda
- 3 - Líneas directrices de Negocio y Visión 2030
- 4 - Pilares de la Sostenibilidad Honda



Soichiro Honda

HONDA

The Power of Dreams

El eslogan “*The Power of Dreams*” (El Poder de los Sueños, en español), adoptado globalmente en 2001, comunica los principios corporativos y la determinación de futuro de Honda.

La propia historia del fundador Soichiro Honda se concreta por el poder de un sueño. Para mejorar la realidad del Japón de la posguerra, creó las bicicletas motorizadas. A lo largo del tiempo, evolucionaron a motocicletas y, hoy, la empresa dispone de una amplia gama de tecnologías para la movilidad por tierra, agua y aire.



En Honda, creemos en los sueños. Sueños que le dan alegría a la gente. Movidos por el espíritu del desafío, cada uno de nosotros en Honda busca crear un nuevo valor que lleve los sueños a la vida. La sonrisa en el rostro de las personas nos transmite pasión y valor para enfrentarnos a nuevos retos. Mediante el “The Power of Dreams”, seguiremos compartiendo la alegría con nuestros clientes y con la sociedad.



Filosofía Honda

| GRI 102-16 |

Los fundadores Soichiro Honda y Takeo Fujisawa sabían que, para crecer y tener éxito, los colaboradores necesitarían un objetivo común, además de unos fuertes valores y principios que guiasen la actuación de todos los partícipes del negocio. Fue entonces cuando nació la Filosofía Honda. Se divide en tres ejes principales:

1. Nuestras creencias fundamentales
2. El principio de Honda
3. Política de gestión de Honda

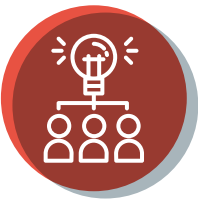
Creencias fundamentales

Respeto por el individuo

Este principio estimula y promueve el intercambio de alegrías, por medio del respeto a las características individuales, de la relación de igualdad y confianza y de la aplicación máxima de las fortalezas de cada persona.

Las tres alegrías

Honda desea construir relaciones de confianza y compartir la alegría con todas las personas con quienes tiene contacto por medio de sus actividades y productos. Esta convicción se expresa mediante Las tres alegrías.



Alegría de Crear, experimentada por los colaboradores que dedican sus talentos, habilidades y conocimientos para crear productos y servicios que le proporcionen alegría al cliente.



Alegría de Vender, sentida por colaboradores y por los concesionarios Honda al ganarse la confianza de los clientes y ofrecer productos y servicios de calidad superior, que superen sus expectativas.



Alegría de Comprar, sentida por los clientes al adquirir algún producto o servicio de la marca. La alegría del cliente es lo que le da valor a las actividades de Honda y, por medio de ella, se pueden sentir las demás alegrías.



Fundadores Soichiro Honda y Takeo Fujisawa

El principio de Honda

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

Es la dedicación colectiva de los colaboradores lo que sostiene la acreditación de la calidad de los productos Honda. La empresa invierte constantemente en el desarrollo y actualización de los productos y procesos productivos para ofrecer nuevas tecnologías, con la más alta calidad, seguridad y a un costo-beneficio adecuado para los clientes de los más variados perfiles. Esto exige la dedicación de cada colaborador para garantizar el nivel de excelencia máxima en su actividad para superar las expectativas de los clientes.

Política de gestión de Honda

La Política de gestión contempla cinco puntos principales para guiar a los colaboradores Honda en sus responsabilidades diarias:

- Mantén siempre el sueño y el espíritu joven
- Valoriza las teorías, las ideas y el tiempo
- Ama tu trabajo y valoriza la comunicación
- Crea constantemente un flujo de trabajo armonioso
- Ten siempre en mente los valores de la investigación y la perseverancia

Líneas directrices de Negocio y Visión 2030

Las líneas directrices de negocio de Honda en el siglo XXI confluyen en ser una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad, que esté comprometida en crear, expandir y asegurar las alegrías de las personas de todo el mundo mediante sus productos y servicios.

Considerando el acelerado proceso de cambio de la sociedad y visualizando un futuro en el que habrá nuevos valores primordiales, Honda determinó la Visión 2030 como la trayectoria a seguir para mantenerse fiel a las directrices propuestas y relevantes en un horizonte de medio y largo plazo.

Esta visión se expresa mediante la siguiente declaración: “Proporcionarle a todas las personas la alegría de expandir las posibilidades de la vida y liderar el avance de la movilidad en todo el mundo”.

En este contexto, el enfoque de **Crear Alegrías** adquiere la perspectiva de la pasión universal de Honda de ofrecerle a las personas de todo el mundo la alegría de expandir el potencial de sus vidas.

“**Honda desea ser una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad.**”

El foco es seguir ofreciendo productos y servicios optimizados sobre la base del deseo de Honda de utilizar la tecnología para mejorar la vida de la gente.

En el ámbito de **Expandir Alegrías**, Honda está atenta para corresponder a la diversidad de los individuos, con el desarrollo de soluciones de movilidad que atiendan las particularidades de los diferentes perfiles de consumidores en los países en los que realiza negocios.

Por último, para **Asegurar Alegrías** a las generaciones venideras, la empresa promueve iniciativas para una sociedad libre de carbono y busca liderar programas de concienciación que estimulen un entorno con menos accidentes de tráfico.

VISIÓN 2030 – Honda South America

PROPORCIONARLE A TODAS LAS PERSONAS LA ALEGRÍA DE EXPANDIR LAS POSIBILIDADES DE LA VIDA Liderar el avance de la movilidad y mejorar la vida de la gente en todo el mundo		
Crear alegrías	Crear valor para la movilidad y el día a día de las personas	
	Proporcionar la alegría de la libre movilidad	Proporcionar la alegría de mejorar la calidad de vida
Expandir alegrías	Corresponder a la diversidad de individuos y sociedades	
	Ofrecer productos y servicios de excelencia que correspondan a las particularidades de individuos y sociedades	
Asegurar alegrías para las generaciones venideras	En pro de una sociedad más limpia, tranquila y segura	
	Liderar los esfuerzos para una sociedad libre de carbono	Liderar los esfuerzos para una sociedad sin accidentes de tráfico

Pilares de la Sostenibilidad Honda

En aras de ser una empresa deseada por la sociedad, ahora y en el futuro, todas las decisiones estratégicas que orientan los objetivos de negocios de Honda pasan por el prisma de la sostenibilidad.

La gestión estratégica de la sostenibilidad está cimentada en cuatro compromisos prioritarios, presentes en todos los procesos de decisión y operaciones de la empresa.

Medio ambiente: Conciliar el desarrollo económico con la preservación del planeta y el uso racional de los recursos naturales es una premisa importante para Honda, que busca mitigar los impactos ambientales de sus productos y de sus operaciones, contribuyendo al equilibrio del planeta.

Seguridad: Honda considera que la seguridad es una condición indispensable de la movilidad y, por ello, la empresa invierte recursos para que sus

productos presenten el mejor desempeño posible en este apartado. En paralelo, busca desarrollar acciones educativas y de concienciación con diferentes grupos de la sociedad, con el objetivo de viabilizar una convivencia más armoniosa en el tránsito.

Calidad: Honda invierte constantemente en el perfeccionamiento de la calidad y actualización tecnológica de sus productos, con vistas a maximizar la experiencia de movilidad. Conjugado con la eficiencia energética, este compromiso determina las líneas de actuación de investigación y desarrollo de la empresa y contribuye al reconocimiento de la marca por parte de la sociedad.

Personas: Honda busca impactar económica y socialmente a las regiones en las que está presente, generándole un valor real a la sociedad e induciendo prácticas éticas y sostenibles en sus colaboradores y en todos os públicos con los que se relaciona.

HONDA
The Power of Dreams

Eslogan global de la marca



3 | Acerca del Informe

1 - Temas materiales



El Informe de Sostenibilidad 2018 de Honda South America, al igual que en las ediciones anteriores, concentra información relevante para las partes interesadas sobre la contribución de la marca al desarrollo sostenible. | [GRI 102-1](#) |

Este documento comprende la gestión de las filiales regionales del *holding* Honda South America (HSA) instaladas en Brasil, Argentina, Perú y Chile, excepto cuando se indique. Incluye los avances y resultados del periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2018. Este informe ha sido elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI, confiriéndole a los contenidos una mayor transparencia y rigor similares a los de los documentos financieros. | [GRI 102-45](#); [102-50](#); [102-54](#) |

Los temas de relevancia tratados en esta memoria fueron identificados partir de un proceso de materialidad, que indica, en la percepción de los públicos con los que nos relacionamos y de la alta gestión, los asuntos que han de priorizarse en la gestión de la sostenibilidad y en la comunicación del desempeño de la compañía. | [GRI 102-46](#) |

Estos asuntos se definieron conforme a las siguientes etapas:

1. Consulta inicial a las metodologías Sustainability Accounting Standards Board (SASB)¹, RepRisk², RobecoSAM³ y GRI para identificar y clasificar la criticidad de los temas relacionados con el sector automovilístico en la perspectiva del mercado;
2. Análisis de asuntos materiales divulgados por empresas pares del sector para mapear los temas potencialmente prioritarios;

¹ Institución estadounidense que define los estándares de comunicación de sostenibilidad para las empresas que cotizan en las bolsa americana.

² Herramienta de evaluación de los riesgos reputacionales en función de las cuestiones sociales, ambientales y de gobernanza de las empresas que se presentan como candidatas al Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI, sigla en inglés).

³ Institución que dirige la evaluación de las empresas para su participación en el DJSI.

3. Entrevista con la alta gestión y consultas a las partes interesadas para la priorización de los asuntos. Respondieron a este sondeo público 659 personas de diferentes grupos con los que nos relacionamos (clientes, asociaciones profesionales y empresariales, colaboradores, concesionarios, proveedores, gobierno y prensa). | [GRI 102-40](#); [102-42](#); [102-43](#); [102-44](#) |

Durante la aplicación del formato de la matriz de materialidad, también se valoraron el entorno de negocios local y las tendencias globales que afectan al segmento de actuación de Honda, revelando el desempeño y los desafíos ante este contexto.

Temas materiales

Los temas priorizados durante las consultas fueron validados por el consejo de Honda South America, tal como se presenta en la siguiente lista. | [GRI 102-47](#) |

Temas materiais		Contenidos GRI
1	Cumplimiento socioeconómico	205-2, 419-1
2	Impactos económicos indirectos	203-1
3	Salud y seguridad en el trabajo	403-2
4	Relaciones trabajador-empresa	402-1
5	Formación y enseñanza	404-1
6	Salud y seguridad de los clientes	416-1
7	Emisiones	305-1, 305-2, 305-4, 305-7
8	Energía	302-1, 302-3, 302-4



Facilitar la movilidad humana y expandir el potencial de la vida de las personas. Con este propósito, Honda innova continuamente para entregar nuevos productos —con excelencia en calidad, seguridad y tecnología— a clientes de todo el mundo y, de este modo, ser una empresa cuya existencia sea deseada por la sociedad.

Es ese compromiso el que guía a la empresa durante sus más de 70 años de existencia, periodo en el que consolidó su presencia mundial, con 440 filiales y asociadas repartidas por todo el mundo, respaldada por la actuación de 215.000 colaboradores. | [GRI 102-7](#) |

En América del Sur, uno de los seis bloques administrativos que componen las operaciones globales de la compañía, Honda está presente desde hace 47 años, produciendo e importando motocicletas, automóviles, ATV y productos de fuerza, además de la comercialización del jet ejecutivo HondaJet. | [GRI 102-2](#) |

Con sede en la ciudad de Sumaré, interior de São Paulo, el *holding* Honda South America es el responsable de todas las operaciones del grupo en la región, con plantas en Brasil, Argentina y Perú, además de una unidad importadora en Chile y más de 2.500 puntos de ventas, lo que garantiza la presencia de la marca en las principales ciudades sudamericanas. | [GRI 102-3](#), [102-4](#), [102-6](#) |

Honda Sudamérica



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 Financeiro Ltda.	BHB / CNH / SHB	Brasil
HAR	Honda Motor de Argentina S.A.	2R / 4R / PF	Argentina
HDP	Honda del Peru S.A.	2R / PF	Perú
HSP	Honda Selva del Peru S.A.	2R / PF	Perú
HMDC	Honda Motor de Chile S.A.	2R / 4R / PF (importación)	Chile

* 2R: Motocicletas / 4R: Automóviles / PF: Productos de F uerza /
BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consórcio Honda Ltda. / SHB: Corretora de Seguros Honda Ltda.

1 - Modelo de Actuación

2 - Desempeño Operativo

- Motocicletas
- Automóviles
- Productos de Fuerza
- Honda Servicios Financieros
- HondaJet

Modelo de Actuación Honda South America

El modelo de actuación de Honda tiene en cuenta la generación de resultados y la compartición de los beneficios con todos los públicos con los que se relaciona, considerando la sostenibilidad de toda la operación.

Colaboradores



12.489
colaboradores
permanentes y
temporales

Partes interesadas



Clientes



Colaboradores



Medios de
Comunicación



Proveedores



Gobierno



Comunidades



Concesionarios

Proveedores



Honda Automóveis
165 proveedores
de autopartes y
materias primas



Moto Honda
112 proveedores
nacionales
de autopartes
y materias primas

Puntos de venta



Más de
2.500
puntos de venta
en toda América
del Sur



Brasil

Honda Automóveis do Brasil Ltda.
Producción y ventas de automóviles y repuestos.

Moto Honda da Amazônia Ltda.
Producción y ventas de motocicletas, productos de fuerza y ATV.

Resultados

Automóviles: 131.601

Motocicletas: 745.024

Productos de fuerza: 31.127

Argentina

Honda Motor de Argentina S.A.
Producción de motocicletas y automóviles, importación y ventas de motocicletas y productos de fuerza.

Resultados

Automóviles: 10.100

Motocicletas: 114.557

Productos de fuerza: 22.005

Valor generado



38.927
personas beneficiadas por
las acciones de los Centros
Educativos de Tránsito Honda

3,899
niños y niñas atendidas
por el Club Infantil Honda

300.000 MWh
(aprox.)
generados por
Honda Energy hasta 2018

Chile

Honda Motor de Chile S.A.
Importación y ventas de motocicletas, automóviles y productos de fuerza.

Resultados

Automóviles: 4.083

Motocicletas: 8.595

Productos de fuerza: 5.406

Perú

Honda Selva del Perú S.A.
Honda del Perú S.A.
Producción de motocicletas, importación y comercialización de automóviles y productos de fuerza.

Resultados

Automóviles: 3.004

Motocicletas: 35.962

Productos de fuerza: 34.271



Desempeño Operativo

Con el foco puesto en mejorar la vida de la gente y facilitar la movilidad humana, la operación de Honda en América del Sur ya ha producido más de 26 millones de productos entre automóviles, motocicletas, y productos de fuerza. Un resultado alcanzado gracias a la estrategia de mejora continua de los procesos, optimización de los recursos y fortalecimiento de alianzas en pro de la innovación. La empresa también comercializa en Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay, el jet ejecutivo HondaJet.

Motocicletas

Moto Honda da Amazônia es la mayor fabricante de motocicletas en América del Sur y líder absoluta del sector en Brasil.

La empresa acumula más de 24 millones de unidades producidas en su fábrica localizada en

Manaos (Amazonas), la planta de producción más verticalizada de motos Honda en el mundo, donde se fabrican desde envases metálicos, moldes y herramientas, hasta tubos de escape, ruedas, manillares, piezas de chasis y otras piezas.



Moto Honda da Amazônia (AM)

Con el objetivo de ser una fábrica de primer nivel en eficiencia productiva, en los últimos años, la planta pasó por importantes ajustes en su estructura productiva para adecuarse a la nueva realidad del segmento de dos ruedas en Brasil, que ha encadenado seis años seguidos de caída de las ventas.

Revertiendo esa tendencia, la empresa cerró 2018 con unos resultados positivos: se matricularon 745.024 motocicletas, un crecimiento del 11,9% con respecto al periodo anterior.

El desempeño positivo se cimenta en tres pilares: estrategia de producto firme, foco en la excelencia en la atención al cliente y en la modernización de los procesos productivos para ganar en competitividad.

Cabe reseñar que las iniciativas dirigidas a la optimización de los procesos productivos no afectaron a la continuidad de las inversiones destinadas a la renovación y lanzamiento de nuevos modelos y versiones.

La empresa siempre está al corriente de las transformaciones que proporcionan más eficiencia, mejoras logísticas y avances tecnológicos.

Una nueva vertiente de movilidad en la que Honda es líder es el segmento de scooters, un mercado al alza que atrae a nuevos perfiles al mundo de las motocicletas. Estos modelos, ideales para los desplazamientos diarios —especialmente en centros urbanos—, presentan diferenciales de practicidad, velocidad y economía.

En un terreno de 740.000 m², 285.000 de ellos construidos, en la fábrica de Moto Honda, en Manaus, tiene lugar un complejo proceso productivo en el que, además de los principales componentes de una motocicleta, también se desarrollan herramientas y dispositivos necesarios para su producción. Algunos de los procesos

productivos son: fabricación de piezas de aluminio (fundición); sinterización, fundición centrífuga, maquinado, montaje del motor, fábrica de tubos, estampado, soldadura, pintura, fabricación de chasis, línea de montaje e inspección final. La empresa busca constantemente alternativas para elevar la competitividad y fortalecer la verticalización.



Vista aérea de la fábrica de Moto Honda da Amazônia

Automóviles

Desde la puesta en marcha de sus actividades, Honda Automóveis do Brasil buscó acelerar el proceso de desarrollo, producción y comercialización de productos cada vez más acordes con las expectativas del consumidor brasileño.

En 27 años de operación de automóviles en Brasil, 21 de ellos de producción nacional, la marca ha mantenido un foco continuo en calidad, tecnología y excelencia en servicios, conquistando así la admiración de los clientes.

Analizando el desempeño de la marca desde una perspectiva más amplia, se observa que la empresa ha sido una de las únicas del sector en mantener un volumen de ventas estable los últimos años, incluso ante las crisis. Esto demuestra la solidez de una estrategia cuyo foco primordial se concentra en la generación de valor sostenible para los clientes y socios de negocio.

El último año, Honda Automóveis presentó estabilidad en las ventas en comparación con el ciclo anterior, comercializando 131.601 automóviles.

Por lo que respecta a los productos, Honda avanzó con la oferta de modelos en línea con la actual etapa tecnológica. Entran en esta lista las nuevas versiones del Civic Si y el CR-V. Con un diseño único, nuevo motor



Honda Automóveis do Brasil (SP)

1.5 turbo, tecnologías diferenciadas y, principalmente, con la capacidad de generar placer al manejarlo, ambos han sido bien recibidos por el público.

También en el último año, Honda presentó el HR-V 2019 —con un diseño más sofisticado, una mejora en los equipamientos y en el confort de marcha— y la nueva generación del Accord, modelo que ofrece todo el diferencial de la tecnología Honda, siendo el primer vehículo en Brasil equipado con el Honda SENSING, conjunto de tecnologías de asistencia al conductor.



Fábrica de Honda Automóveis do Brasil en la ciudad de Itirapina (SP)

En abril de 2018, Honda Automóveis anunció el plan de reestructuración de su sistema productivo de automóviles en Brasil, con el objetivo de fortalecer y maximizar la competitividad de su negocio. En esta nueva estructura, la producción de automóviles se trasladará por completo de la fábrica de Sumaré (Sao Paulo) a la nueva planta.

En Sumaré, permanecen las actividades que recibieron inversiones recientes: Producción del conjunto móvil, incluidos Fundición y Maquinado; Inyección Plástica; Utillaje; Ingeniería de la Calidad; Planificación Industrial y Logística. La instalación también mantiene la sede administrativa de Honda South America, el Centro de Investigación y Desarrollo de Automóviles, la División de Repuestos y el Centro de Formación Técnica para concesionarios.

Con la actuación integrada de las fábricas de Sumaré e Itirapina, Honda Automóveis mantiene en Brasil un ciclo productivo completo, desde el utillaje, pasando por el estampado, soldadura, inyección y pintura de componentes plásticos, pintura de la carrocería, producción de motores, incluidos fundición y maquinado, línea de ensamblaje e inspección final.

Con una capacidad productiva nominal de 120.000 unidades por año, en dos turnos, la fábrica de Itirapina arranca sus actividades con la producción del modelo Fit y cuenta con la experiencia de los colaboradores de la planta de Sumaré, trasladados a la nueva unidad.



Productos de Fuerza

La línea de productos de fuerza está compuesta por motores estacionarios, motoguadañas, generadores, motobombas y cortadoras de césped, con aplicaciones para la agropecuaria, la construcción civil, el hogar y el ocio. En la fábrica de Moto Honda da Amazônia, en Manaus, se producen dos modelos de motores estacionarios.

La división cerró 2018 con un avance del 5,2% en las ventas, comercializando 31.130 unidades. Este resultado plasma los esfuerzos de la empresa en acciones comerciales, como demostración de productos, ampliación de los canales de ventas y fortalecimiento del *line-up* con productos de alta calidad y con bajo consumo de combustible, aparte de diferenciales tecnológicos.

Para seguir la tendencia creciente, Honda avanzará con las estrategias comerciales, reforzará los canales de ventas, con la ampliación de la red de motocicletas, además de intensificar la divulgación a través de diferentes canales de comunicación.

Esta nueva actuación del área de productos de fuerza es consecuencia de la unificación con la Dirección de Motocicletas. El objetivo es fortalecer la operación en toda la cadena del proceso, desde la planificación hasta el servicio al consumidor final.

31.127 unidades vendidas, representando un crecimiento del 5,2% con respecto al año anterior.

Honda Servicios Financieros

Por intermedio del Consorcio Honda y del Banco Honda, Honda Servicios Financieros (HSF) ofrece soluciones que facilitan la adquisición de productos de la marca; por su parte, Seguros Honda permite que estos bienes permanezcan protegidos. Esta sinergia y proximidad con el fabricante representan importantes factores de competitividad para la marca y contribuye activamente con las ventas de los productos Honda.

Banco Honda

El Banco Honda se creó con la misión de convertirse en la mejor opción de financiación para los productos Honda. Mediante la modalidad de Crédito Directo al Consumidor (CDC), garantiza condiciones atractivas para que tanto las personas físicas como las jurídicas obtengan sus deseados vehículos Honda de forma rápida, práctica y justa. En 2018, el Banco Honda fue el responsable de cerca del 14% de las ventas de motocicletas nuevas de la marca, con más de 115.000 unidades financiadas. En lo que respecta al sector de cuatro ruedas, alcanzó el 23% de las ventas, con cerca de 30.000 automóviles financiados.



El Fondo de Inversiones de Derechos Creditorios (FIDC AutoHonda) es fruto de la alianza entre Honda Automóveis do Brasil, Banco Honda y la Red de Concesionarios de automóviles. Esa iniciativa posibilita la constitución de un fondo capaz de soportar la operación de compraventa de automóviles, asegurando beneficios como líneas de crédito con condiciones especiales de intereses y menor costo de stock para los concesionarios. Con ello, el Fondo concede seguridad y solidez financiera para la continuidad de los negocios.

Campañas publicitarias para el segmento de motocicletas

Una importante iniciativa que empezó el último año fue la reanudación de las campañas publicitarias del Consorcio Honda, un trabajo que llega para reforzar la solidez y la fuerza de la empresa en el mercado.

Con el lema “Consorcio Honda. Es fácil y funciona”, la campaña enfatiza la accesibilidad del consorcio para diversos públicos, transmitiendo la facilidad de adquirir el vehículo de los sueños por medio del Consorcio Honda.

Consórcio Honda

El Consorcio Honda es una administradora de consorcios de referencia en el mercado brasileño. Esta modalidad, impulsora de ventas, cuenta con una gran receptividad por parte de los consumidores debido a las diversas opciones de planes que se adaptan al presupuesto del cliente, incluso en periodos de inestabilidad financiera.

Durante el último año, se llevaron a cabo una serie de acciones con el objetivo de fortificar el apoyo a la red para la ampliación de las ventas, e incluyeron el fortalecimiento de las estructuras comerciales, nuevas herramientas de trabajo, además de la intensificación de las actividades del área de formación.

En 2018, el Consorcio Honda obtuvo buenos resultados y creció un 9,4%, con 724.111 participaciones comercializadas para el segmento de motocicletas. Esta modalidad representó el 28,1% de las ventas de Moto Honda en 2018. Los buenos resultados generan una expectativa de crecimiento para los próximos años.

Desde que se puso en marcha, este modelo de negocio ya contabiliza la entrega de más de 6 millones de vehículos Honda nuevos a lo largo de los últimos 38 años y contempla a alrededor de 34.000 clientes todos los meses.

Seguros Honda

Seguros Honda inició sus actividades en Brasil en 1987 con el objetivo de ofrecer, en colaboración con compañías aseguradoras de credibilidad en el mercado, un portafolio personalizado para atender las necesidades de cobertura de los productos Honda, a un costo competitivo.

El último año, Seguros Honda sumó más de 145.000 propuestas comercializadas, entre nuevas y renovaciones, poco más de 130.000 de ellas referentes a motocicletas, y 15.000 en el segmento de automóviles.

Precursora en el mercado de dos ruedas, este año la empresa está trabajando para expandir la cultura del seguro para motocicletas y, con eso, diferenciar aún más la marca Honda de la competencia. En automóviles, el foco está siendo la ampliación de la presencia en la red de concesionarios Honda y, con ello, fortalecer la influencia con las aseguradoras a fin de obtener precios aún más competitivos.

Para alcanzar estos objetivos, la estructura de la empresa pasó por un cambio, con la creación de una nueva gestión y revisión de los procesos de trabajo, a fin de aumentar su eficiencia y agilidad en sus operaciones.

HondaJet Elite

HondaJet Elite es el jet ejecutivo más avanzado del mundo, con unas excepcionales prestaciones en rendimiento, confort, calidad y eficiencia. Esta aeronave es la más rápida, la que vuela a mayor altitud y la más silenciosa y más eficiente en consumo de combustible de la categoría.

El modelo presenta avances aeronáuticos desarrollados por Honda Aircraft, incluida la configuración de los motores sobre las alas (Over-The-Wing Engine Mount -OTWEM), el Flujo Laminar Natural (FLN) aplicado a la nariz de la aeronave, a las alas y a la construcción del fuselaje con un material compuesto.

El HondaJet lo fabrica Honda Aircraft Company, en Estados Unidos, y lo comercializa, desde 2015, Líder Aviação en Brasil (representante local de ventas del jet ligero). En 2018, conquistó, por segunda vez consecutiva, el título de jet ejecutivo más vendido en su categoría, con 37 aeronaves comercializadas.

El jet ejecutivo más vendido,
de su categoría por segundo
año consecutivo.





El modelo de Gobernanza Corporativa de Honda South America comprende tres ejes de gestión que se interrelacionan en la conducción del crecimiento sostenible de los negocios: gobernanza, riesgo y cumplimiento regulatorio.

Pilares de la Gobernanza Corporativa de Honda South America

GOBERNANZA	Patrón de conducta y ética empresarial.
RIESGOS CORPORATIVOS	Identificación y evaluación de riesgos potenciales 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.

La responsabilidad de la gestión de la Gobernanza Corporativa dentro de Honda es del Departamento de ESG, sigla que, en inglés, sintetiza las palabras Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobernanza Corporativa, correspondiéndole coordinar todos los procesos de prevención y concienciación con arreglo a la legislación y a la normativa en las que las operaciones de Honda South America están enmarcadas.



La estructura de Gobernanza Corporativa de Honda se basa en los siguientes pilares que guían la actuación de la compañía: | **GRI 102-18** |

Buscando la construcción de relaciones éticos con las diversas partes interesadas, Honda sigue una serie de reglas sólidas que garantizan transparencia y seguridad para que la empresa tenga claridad en sus posicionamientos y decisiones.

Gobernanza

Estar en línea con la cultura de una organización es un factor determinante para el éxito de cualquier profesional. Pensando en ello, Honda pone a disposición de sus colaboradores contenidos explicativos sobre las creencias fundamentales que deben guiar sus acciones.

La Filosofía de Honda no solo la comparten todos los que forman parte de sus operaciones globales, sino que también conforma la base para las actividades de la empresa y establece el

modelo para la conducta y la toma de decisiones en la conducción de todos los negocios del Grupo Honda. Impulsada por sus sueños y reflejando sus valores, Honda continuará asumiendo retos para compartir alegrías y entusiasmo con clientes y comunidades en todo el mundo para convertirse en una empresa deseada por la sociedad.

Código de Conducta

| **GRI 102-17; 103-1; 103-2; 103-3; 205-2** |

Para que Honda siga continuamente unos valores éticos, todos los que actúan en su nombre están regidos por un Código de Conducta con directrices claras para los procesos exigidos y el comportamiento esperado de los colaboradores, en consonancia con los valores de Honda.

Este código también determina una serie de políticas corporativas responsables de luchar contra las conductas ilegales como el trabajo obligatorio, lavado de activos y fraudes, corrupción y prácticas anticompetitivas.



“
250 gestores formados
 en aspectos relacionados
 con la legislación brasileña.”

La Política Corporativa de Prevención a la Corrupción determina el posicionamiento de la compañía sobre la ética en los negocios. Honda promueve, regularmente, capacitaciones sobre este tema. Además, el conocimiento del contenido de esta política se evalúa anualmente por medio de los procesos de SOX y de un cuestionario de autoevaluación aplicado a los gestores. En 2018, 250 gestores recibieron formación en aspectos relacionados con la legislación brasileña. En los demás países de América del Sur, se registraron capacitaciones para 150 colaboradores, además de la puesta a disposición en intranet de dicha Política a todos los colaboradores.

Sobre la lucha contra las Prácticas Anticompetitivas, Honda sigue la Política de Defensa de la Competencia, tomando medidas de prevención a infracciones contra el orden económico relacionadas con sus operaciones, en sus prácticas comerciales y en las interacciones con socios de negocio y/o empresas de la competencia, directamente o por medio de asociaciones profesionales y empresariales.

Complementariamente, la compañía busca fortalecer la cultura de combate a actividades anticompetitivas por medio de la divulgación de la Política en todas las unidades de negocio en América del Sur. Su diseminación se lleva a cabo por medio de capacitaciones y otras actividades, empezando por las áreas críticas⁴.

En 2018, 4.245 colaboradores en Brasil recibieron formación del Código de Conducta. Para los colaboradores que no tienen acceso a una computadora, los temas del código se trataron en reuniones diarias y mensajes rápidos al comienzo de los turnos, posibilitando que se solventasen dudas sobre el comportamiento esperado por Honda. En 2018, se efectuaron cerca de 50 mensajes en reuniones sobre el Código de Conducta.

Riesgos

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

Para garantizar un ambiente de trabajo seguro y sin pérdidas financieras, además de evitar daños a la reputación de la marca, Honda realiza la gestión de todos los procesos de prevención. Mediante la identificación de las áreas críticas y tests de SOX, el Departamento ESG desarrolla procesos de verificación de los controles internos. | **GRI 102-11** |

Cumplimiento regulatorio

La evaluación de cumplimiento regulatorio de la Gobernanza Corporativa de Honda se produce de forma continua mediante sistemas que siguen estándares internacionales, y está formada por:

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

⁴ Áreas críticas son las áreas que están en contacto directo con un organismo gubernamental de inspección o legislativo (Relaciones Institucionales, Ventas, Compras, Jurídico, Fiscal).

- **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, confidencialidad de la información y estándar de conducta formal:** todos diseminados por capacitaciones y por la gestión.

Como resultado de las medidas adoptadas por Honda, el último año no se registró ningún caso relacionado con incumplimiento de leyes y regulaciones sociales y económicas asociadas con las operaciones en Brasil. | **GRI 419-1** |

Canal de Ética

En apoyo a las medidas adoptadas para asegurar el cumplimiento regulatorio de todas las actividades de Honda, la compañía cuenta con un Canal de Ética que viabiliza la comunicación directa entre los colaboradores y la dirección de la compañía. El objetivo es recibir opiniones, críticas, quejas, denuncias y consultas personales relativas a las temáticas tratadas en el Código de Conducta.

Los mensajes que llegan mediante el Canal de Ética se someten a una evaluación y posteriores medidas del Comité de Ética, cuya misión es garantizar el continuo perfeccionamiento de los patrones de comportamiento ético.

En 2018, 4.245 colaboradores en Brasil recibieron formación del Código de Conducta.



El compromiso de Honda con el desarrollo sostenible es una pieza clave para el mantenimiento de sus negocios. Por eso, todas las actividades de la empresa se piensan de forma eficiente para, así, generar impactos positivos para la sociedad.

Medio Ambiente

La visión de futuro de Honda es la de una sociedad en la que haya el mínimo impacto ambiental.

Por eso, la empresa incorpora en su estrategia corporativa la preocupación y las respuestas efectivas al cambio climático, a las cuestiones energéticas y al uso eficiente de recursos naturales. La inversión constante en acciones que reduzcan los impactos ambientales es una premisa en toda la operación, tanto es así que la empresa anunció, en 2011, el objetivo global de reducir a la mitad sus emisiones corporativas de CO₂ de aquí a 2050, en comparación con los niveles del año 2000.

Este compromiso está presente en la definición de las metas en las actividades productivas, niveles de emisión de productos y servicios.



Meta Global

Todas las instalaciones de Honda en el mundo tienen como meta reducir en un 50% sus emisiones de CO₂ de aquí 2050.



Parque Eólico Honda Energy en la ciudad de Xangri-Lá (Rio Grande do Sul)

100%

DE ENERGÍA LIMPIA usada en la producción de más de 500.000 automóviles.

En sus cuatro años de actividades, cumplidos en 2018, Honda Energy ha generado alrededor de 300.000 MWh de energía eléctrica. Con ello, la empresa ha evitado la emisión de más de 24.000 toneladas de CO₂ en la atmósfera y ha alcanzado la importante marca de más de 500.000 automóviles producidos con el uso de energía 100% limpia y renovable.

El parque eólico de la marca está equipado con nueve aerogeneradores que poseen una potencia de 27,7 MW y en uso pleno alcanza la generación de 85.000 MWh/año. Los equipos están entre los más grandes de Brasil. Las torres tienen 94 metros de altura y el punto más alto del conjunto alcanza los 150 metros.

Con sus buenos resultados, el parque eólico Honda Energy demuestra que invertir en innovación sostenible es la mejor forma de respetar el medio ambiente, al margen de ofrecerles a los consumidores la oportunidad de contribuir, mediante sus elecciones, a un futuro mejor para las generaciones venideras.



Parque Eólico de Honda Energy

En línea con la estrategia global de la compañía, 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. Inaugurado en noviembre de 2014, el parque está ubicado en la ciudad de Xangri-Lá (Rio Grande do Sul) y produce lo suficiente para abastecer toda la demanda de energía eléctrica de la fábrica de Honda Automóveis en Sumaré, interior de Sao Paulo, el Centro de Investigación y Desarrollo de Automóviles y las oficinas de las ciudades de Sumaré y Sao Paulo. Honda sigue como la única marca del sector en contar con una gran iniciativa en este campo.

Respeto a la biodiversidad

En el estado de Amazonas, donde está ubicada la fábrica de motocicletas, Honda mantiene cerca de 820 hectáreas de bosque en pie y 245 hectáreas de árboles de reforestación, especialmente algunas especies en peligro de extinción, además de 47 hectáreas de área con plantación de especies frutíferas nativas y exóticas.

Proyecto Agrícola
Km 48 (Amazonas)



El último año, hubo una reducción de 553,48 toneladas de CO₂ en las emisiones de gases de efecto invernadero de los centros de operaciones de Honda Sudamérica. | GRI 305-5 |

La Reserva Privada del Patrimonio Natural (RPPN) está ubicado en la ciudad de Manaus (AM), en orillas del Igarapé do Mindu. Otra iniciativa enfocada para la preservación de la biodiversidad es el En el municipio de Rio Preto da Eva, cerca a Manaus (AM). El proyecto apunta a plantar árboles frutas y especies en peligro de extinción.

Emisiones | GRI 103-1; 103-2; 103-3 |

Honda Automóveis do Brasil publica su Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero desde 2010 y ya ha recibido el Sello Oro durante ocho años en los tres alcances de emisión. Moto Honda da Amazônia (HDA) integra el Programa Brasileño GHG Protocol desde 2013 y ya ha recibido por cuarto año consecutivo el Sello Oro en su inventario. Las fábricas de Argentina y de Perú también siguen la metodología del GHG Protocol para calcular las emisiones de carbono, pero no realizan el Inventario Público de Emisiones.

Para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, la fábrica de motocicletas en Manaus (Amazonas) sustituyó en 2015 el uso de GLP (gas licuado de petróleo) por gas natural en sus procesos internos. Con este cambio, la empresa ha dejado de emitir más de 2.000 toneladas de CO₂ por año, además de otros contaminantes atmosféricos derivados de la quema de gases fósiles.

La nueva planta de producción de Itirapina es resultado de un proyecto más moderno y, por consiguiente, más eficiente desde el punto de vista de la productividad. La fábrica también presenta beneficios en cuanto a sostenibilidad. Un ejemplo es el proceso de pintura a base de agua. Asociado con la pintura ecológica inteligente Honda, elimina una de las capas de pintura y una etapa de secado en estufa. Como resultado, es posible reducir en un 10% la emisión dióxido de carbono y un 60% de compuesto orgánico volátil.



Cabina de Pintura

Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) en tCO₂e | GRI 305-1; 305-2 |

Emisiones	2018
Alcance 1 (tCO ₂ e)	26.900,0
Alcance 2 (tCO ₂ e)	32.136,3
Total (tCO ₂ e)	59.036,3

considerando el 65% del valor total de productos a base de disolventes comprados durante el periodo referido (pintura, barniz, imprimación, catalizador, diluyentes, etc.). | GRI 305-7 |

Motores 160 cm³ y tecnología Flex One: economía y reducción de emisiones

La fábrica de motocicletas de Honda logró un importante hito en su trayectoria: la producción un millón de su motor 160 cm³. Desde que empezó a producirse, en 2014, la capacidad de 160 cm³ proporcionó mayor potencia y par motor al desempeño general de los modelos Honda, destinados a los motociclistas que buscan un vehículo fiable, moderno, práctico y económico.

Esta implantación siguió nuevos conceptos basados en la mejora de la eficiencia de combustión y economía, además de la baja emisión de contaminantes en la atmósfera.

Así mismo, la tecnología de repostaje de etanol, de la que Honda fue pionera en el empleo en motocicletas en Brasil, se expandió con la llegada de los motores 160 cm³, posibilitando más flexibilidad a los clientes, con ek repostaje de etanol, gasolina o con la mezcla de ambos.

Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) | GRI 305-4 | La intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero se calcula mediante la suma de las emisiones de CO₂ de Alcance 1 y 2 dividida entre el total de automóviles, motocicletas y ATV producidos por Honda Sudamérica.

Emisiones vs. Producción	2018
KgCO ₂ / unidad producida	51,50

NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas El último año, se emitieron 579,65 toneladas de COV (compuesto orgánico volátil) total. Para estimar este valor emitido por las instalaciones de Honda América del Sur se está

Tecnología Turbo

En lo concerniente al mercado sudamericano, Honda Automóveis sigue comprometida con el perfeccionamiento de la eficiencia energética de sus productos. Una de las iniciativas más destacadas es la introducción de la motorización turbo en la línea de automóviles local, proporcionando un excelente desempeño ambiental con baja emisión de contaminantes. Además, durante la edición 2018 del Salón del Automóvil de Sao Paulo, la empresa suscribió el compromiso de comercializar tres vehículos en la región hasta 2023, poniendo a Brasil en el mapa de electrificación de la marca.



Ecoeficiencia de las operaciones

| GRI 103-1; 103-2; 103-3 |

La disminución del consumo energético es una de las acciones realizadas por Honda para cumplir el compromiso de reducir el impacto ambiental de sus actividades. Para ello, a empresa examina frecuentemente sus instalaciones, teniendo siempre como prioridad la incidencia de luz natural y los recursos ecológicamente correctos. En 2018, Honda consumió 1.275.377,29 GJ de energía en sus fábricas y oficinas.

Reducción del consumo energético

El último año, Honda South America consiguió una reducción del consumo energético de 10.574,04GJ. Esta reducción es resultado de los proyectos de mejora planificados e implantados en las plantas de producción de la compañía. | GRI 302-4 |

Consumo energético dentro de Honda (en GJ): | GRI 302-1 |

Consumo total de combustibles no renovables	426.412,07
Consumo total de combustibles renovables	12.040,99
Consumo de electricidad	836.924,23
Consumo total de energía	1.275.377,29

Ratio de intensidad energética

El ratio de intensidad energética registrado en el último año de Honda South America fue de 1,11 GJ/unidad. Para calcularlo, se consideran los consumos de energía eléctrica y combustibles (diésel, gasolina, GLP, queroseno, gas natural y etanol). Honda América del Sur tiene la meta de reducir en un 1% su consumo energético por unidad producida con relación al periodo anterior. | GRI 302-3 |

Uso racional del agua |GRI 103-1; 103-2; 103-3; 303-1

Honda busca establecer una relación equilibrada con el medio ambiente y con el uso de los recursos naturales. Para ello, mantiene las mejores prácticas del sector y sigue todas las normativas aplicables a sus actividades. Con relación al uso del agua, las unidades brasileñas, argentina y peruana buscan optimizar el empleo de este recurso e implementar las mejores soluciones para el tratamiento de efluentes.

Consumo de agua (en m³):

Agua superficial	133.097
Agua subterránea	779.521
Agua de lluvia	-
Efluentes de otra organización	-
Abastecimiento por servicios de agua públicos o privados	18.780

Gestión de residuos y reciclaje

|GRI 103-1; 103-2; 103-3; 306-2|

La administración de los residuos provenientes de sus actividades es una de las preocupaciones de Honda, que concentra sus esfuerzos en la mejora de sus procesos productivos con el desarrollo de nuevas tecnologías orientadas a la reducción, reutilización y reciclaje de residuos (las 3 erres). De esta forma, la empresa contribuye con la reducción de la cantidad de materiales enviados a su destino final.

Cantidad de residuos por tipo y método de eliminación (en toneladas):

RESIDUOS PELIGROSOS	PESO (T)
Reciclaje	321,86
Recuperación (rerrefinación)	26,52
Incineración	1.266,52
Vertedero	2,00
Otros (especificar) - coprocesamiento	304,32
Otros - incorporación	31,49
Total	1.952,71

RESIDUOS NO PELIGROSOS	PESO (T)
Reutilización	392,47
Reciclaje	45.118,43
Compostaje	513,22
Incineración	1.298,38
Vertedero	654,89
Otros (especificar) - coprocesamiento	1.956,92
Otros (especificar) - ultrafiltración	640,59
Total	50.574,90

CENTRAL DE COMPOSTAJE INTERNA

Honda Automóveis do Brasil inauguró una Central de Compostaje Interna en la fábrica de Sumaré.

Con la nueva área, todos los alimentos consumidos en los comedores de la planta acaban en dos compostas industriales, que simulan las condiciones ideales de temperatura y humedad para la descomposición acelerada de los sobrantes alimenticios. Esta iniciativa es un proyecto más para el perfeccionamiento del sistema de gestión de residuos. El abono proporcionará nutrientes para enriquecer las áreas verdes de las fábricas de Sumaré e Itirapina.

Con este proceso interno, fue posible reducir la emisión de dióxido de carbono de la cadena logística implicada en la recolección y eliminación del residuo, además de reducir el tiempo del proceso de compostaje de 75 días a 24 horas.

Seguridad

Un compromiso que también está presente en el ADN de Honda está relacionado con la seguridad. Adecuándose proactivamente a la legislación y la normativa de cada país y estableciendo metas ambiciosas en el desarrollo de tecnologías avanzadas, Honda se esfuerza continuamente para mejorar el desempeño de sus productos.

La marca no solo está comprometida en elevar el nivel de seguridad de sus vehículos, sino

también en proporcionarles unas condiciones más seguras a todos los agentes del tránsito.

En el segmento de motocicletas, un importante hito fue la implantación de las tecnologías de frenos CBS (Combined Brake System) y ABS (Anti Lock Brake System) en las motos producidas en Brasil.

El sistema CBS distribuye de manera equilibrada el frenado entre la rueda trasera y la delantera, garantizándole una mayor estabilidad al piloto.

La tecnología de frenos ABS consiste en un conjunto de componentes electrónicos que actúan en el sistema de frenos de la motocicleta, evitando que se bloqueen las ruedas, garantizando estabilidad en frenados de emergencia y pisos con poca adherencia.

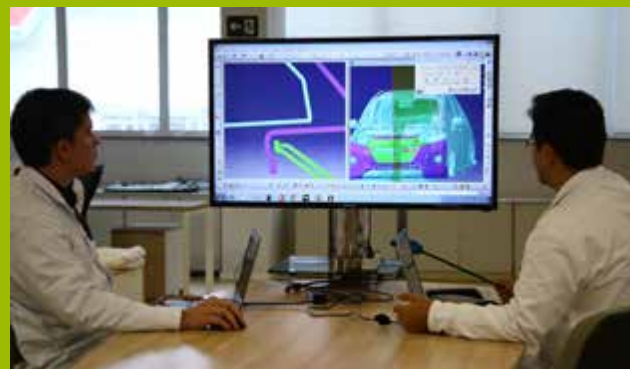
En relación con el segmento de automóviles, el nuevo Honda Accord, lanzado en Brasil en 2018, inauguró en Brasil el paquete de tecnologías de seguridad y asistencia al conductor Honda SENSING como equipamiento de serie. El sistema incluye el ACC (Adaptive Cruise Control) con LSF (Low Speed Follow) —control de cruceo adaptativo con función de seguimiento a baja velocidad —, CMBS (Collision Mitigation Braking System) —sistema de frenado con mitigación de choque —, LKAS (Lane Keeping Assist System) —sistema de asistencia para mantenerse en el carril— y el RDM (Road Departure Mitigation System) —sistema de mitigación de salida de carril.

Esta tecnología está compuesta por una cámara situada en la parte superior del parabrisas y un sistema de radar localizado en la rejilla frontal. Mediante esa combinación, con la detección de objetos por el radar y su reconocimiento por la cámara, el Honda Sensing tiene como objetivo ayudar al conductor en la prevención de accidentes.



Investigación y Desarrollo

El espíritu innovador de Honda hace que la compañía siempre esté en busca de nuevas soluciones para la mejora continua de los vehículos existentes y para la creación de nuevas soluciones que le aporten aún más alegría a los clientes.



Dentro de este concepto, el Centro de Investigación y Desarrollo localizado en la planta de Sumaré (Sao Paulo) es, hoy, uno de los principales núcleos de innovación de Honda fuera del eje Japón-Estados Unidos. Con laboratorios y equipamientos técnicos de última generación, el centro actúa fuertemente en iniciativas para aumentar el índice de nacionalización de los componentes, en tecnologías menos nocivas al medio ambiente y adaptadas a las demandas específicas de los países de la zona.



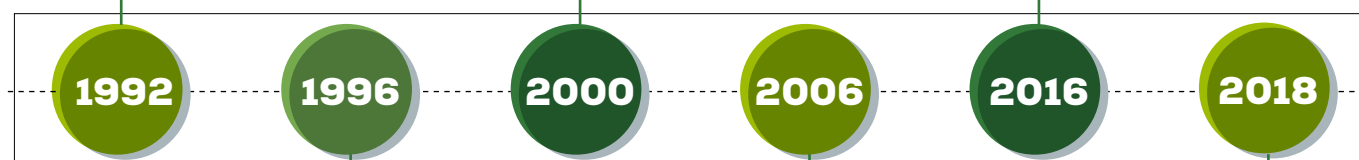
El Centro de Desarrollo y Tecnología (CDT) localizado en la planta de Manaus (Amazonas), funciona como un centro tecnológico multidisciplinario y su misión es fortalecer la investigación y la creación de soluciones pensadas para las necesidades del mercado sudamericano. Las instalaciones cuentan con una infraestructura de evaluación de productos, así 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.

Tecnologías para la seguridad en los automóviles Honda

Llegada al mercado brasileño, con tecnologías como bolsas de aire delanteras y frenos ABS.

Introducción de la tecnología de deformación programada para la protección de los viandantes.

Introducción de la tecnología LaneWatch —que ayuda a reducir el punto ciego— en el Accord y en el Civic 10ª Generación.



Pionera en la aplicación de barras de protección lateral en el Civic.

Estreno de la estructura ACE en los modelos de producción local, además del control de tracción y estabilidad en el New Civic.

Llega del Honda SENSING (conjunto de tecnologías de asistencia al conductor) a Brasil en el Nuevo Accord.

Tránsito seguro

Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH)

Honda promueve actividades de seguridad vial en todos los continentes en los que opera, realizando acciones conforme a las de características y situaciones de tráfico de cada país. Mediante las tres unidades del Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH), ubicadas en las ciudades de Indaiatuba (Sao Paulo), Recife (Pernambuco) y Manaus (Amazonas) se realizan clases prácticas y teóricas encaminadas a la diseminación de conceptos de seguridad vial y manejo seguro de motocicletas.

En 2018, 38.927 personas fueron beneficiadas por las acciones de seguridad vial desarrolladas por Honda South America.

Cascos Honda

Siempre enfocada en la innovación y atenta a las demandas de mercado, Honda pasó a comercializar, por intermedio de los concesionarios de la marca, su nueva gama de cascos. Se trata de una nueva iniciativa de la compañía en pro del manejo seguro.



20 años multiplicando la pasión por las dos ruedas

La unidad del Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH) localizada en Indaiatuba (SP) cumplió 20 años en 2018. Desde su creación, más de 130.000 personas han participado en sus cursos teóricos y prácticos, charlas y eventos. Contando las demás unidades, esta cifra alcanza los 260.000 participantes en las acciones de seguridad.

El año del aniversario del CETH Indaiatuba marcó, también, el anuncio de la apertura al público del museo Honda Fan Club. El museo está localizado en las dependencias de la unidad y cuenta con una colección de 58 motocicletas Honda. Una visita ideal para los amantes de las dos ruedas.





Club Infantil Honda | GRI 203-1 |

Honda cree que enseñarles a los niños a respetar las leyes y a las personas es la clave para que se conviertan en adultos comprometidos con un tránsito más seguro. Por eso, estos preceptos han de cultivarse pronto. Así las cosas, la empresa creó en 1992 el proyecto “Clubinho Honda. Tránsito Amigo” para promover actividades lúdicas para que niños y niñas de entre 4 y 7 años puedan aprender nociones de seguridad vial de forma leve y divertida.

Los Centros Educativos de Tránsito Honda (CETH), en Indaiatuba (Sao Paulo), Recife (Pernambuco) y Manaos (Amazonas) cuentan con el parque infantil de tránsito del Clubinho Honda en sus dependencias. Este espacio, abierto a los alumnos de escuelas públicas y privadas, reproduce una ciudad con la intención de transmitir conceptos de educación vial. Allí, se simula una miniciudad, con elementos como pasos de cebra, semáforos, señales y minivehículos eléctricos para que los más pequeños puedan aprender las principales reglas del tránsito.

En la versión digital del proyecto (www.honda.com.br/clubinhohonda), padres, profesores y niños tienen a disposición manuales, cómics, películas y videojuegos. En todos los materiales, el superhéroe Zig y los amigos del Clubinho Honda simulan situaciones reales de tránsito dando lecciones importantes sobre seguridad.

El último año, el Clubinho Honda realizó diversas acciones educativas destinadas al público infantil, en las que participaron un total de 3.899 niños y niñas en Brasil.



3.899
NIÑOS Y NIÑAS
atendidas en el
Club Infantil Honda
en 2018.

Manejando el mañana

En el mes de concienciación para un tránsito más seguro, el Mayo Amarillo, Honda lanzó la campaña “Manejando el mañana”, con el objetivo de concienciar a los colaboradores de la empresa a replicar las buenas prácticas para la construcción de un tránsito mejor para todos.

Varios colaboradores de las unidades de Sumaré y de la ciudad de Sao Paulo fueron seleccionados para participar en un curso de pilotaje de motocicletas en el Centro Educativo de Tránsito Honda en Indaiatuba, y colaboradores de Moto Honda da Amazônia participaron en cursos en el CETH de Manaos.

Honda también firmó un convenio de colaboración con el Departamento de Tránsito del Estado de Amazonas para capacitar a 700 instructores de los Centros de Formación de Conductores (CFC) con el objetivo de mejorar las técnicas de pilotaje de los responsables de la formación de nuevos motociclistas y, de esta forma, contribuir a un tránsito más seguro.

Los profesionales participaron en un curso gratuito de ocho horas, divididas en clases teóricas y actividades prácticas en el Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH) de Manaos.

Más información en:
www.honda.com.br/clubinhohonda

Respeto al cliente

| GRI 103-1; 103-2; 103-3; 416-1 |

Además del foco en excelencia durante el desarrollo y producción de los vehículos de la marca, también es constante el seguimiento de los productos Honda que ya están en el mercado, como forma de garantizar el nivel de calidad y anticipar acciones para asegurar el confort y la seguridad de nuestros clientes.

Por eso, la empresa siempre está al tanto de las manifestaciones de sus clientes en las diversas plataformas de comunicación. Todos los comentarios son analizados por un grupo de trabajo y, cuando procede, se adoptan rápidamente contramedidas y acciones de contingencia.

Llamado a revisión Takata

Las operaciones de Honda en América del Sur también se vieron impactadas por el mayor llamado a revisión de la industria automotriz en el mundo, relacionado con los infladores de las bolsas de aire de Takata. Un reto sin precedentes para Honda que, en el contexto de

América del Sur, se agravó por la dificultad en contactar con los propietarios de los automóviles que compraron su Honda de segunda mano, ya que los vehículos afectados en esta campaña tienen más de diez años. En Brasil es necesario realizar 1.544.000 reparaciones.

Consciente de la gravedad del llamado a revisión de los infladores de las bolsas de aire de Takata, Honda viene adoptando una serie de medidas para ampliar la comunicación con la totalidad de los propietarios cuyos vehículos tengan pendientes algún llamado a revisión y concienciarlos acerca de la urgencia de la reparación.

Además de lo exigido por la legislación en vigor, se difundió un vídeo exclusivo en televisión abierta para avisar a los clientes, se firmaron convenios con los Departamentos de Tránsito de Sao Paulo y Paraná, se realizaron campañas en medios digitales, se creó un *call center* activo, se entregaron folletos en las estaciones de peaje, se realizaron acuerdos de colaboración con compañías de seguros y empresas de cobro automático de peaje, se llevaron a cabo acciones presenciales en grandes metrópolis y se divulgaron piezas de comunicación en camiones, entre otras medidas.

Llamados a revisión Honda (en 2018)*

AUTOMÓVILES (MODELO / MOTIVO / CANTIDAD DE VEHÍCULOS / % REPARADOS)			
Modelo	Motivo	Cantidad	% reparados
HR-V 2016-18	Falla en el pistón del caliper del freno trasero	19.916	57,7%
Fit e City 2014	Falla en el inflador de la bolsa de aire	66.915	35,2%
Fit e City 2013	Falla en el inflador de la bolsa de aire	86.516	57,0%

MOTOCICLENTAS (MODELO / MOTIVO / CANTIDAD DE VEHÍCULOS / % REPARADOS)			
Modelo	Motivo	Cantidad	% reparados
X-ADV 2017	Calentamiento del PCM (módulo de control del tren motriz)	191	75,4%
CRF 1000L Africa Twin 2017-18	Falla en el anillo elástico del caballete central	1.161	43,2%
CG 160 Start/Fan/ Titan 2018	Falla en la horquilla guía delantera	159.757	58,7%
GL1800 Gold Wing 2013-15	Falla en el inflador de la bolsa de aire	190	79,5%

*actualizados en abril de 2019

Calidad

Ofrecer productos de la más alta calidad es un principio que rige las operaciones de Honda en todo el mundo.

A partir de varios estudios con actuales y potenciales consumidores, así como de un proceso planificado de análisis de tendencias, Honda está siempre estudiando oportunidades de renovación de sus productos para satisfacer las expectativas de los clientes.

Los avances generados por intermedio de la constante inversión en nuevas tecnologías aseguran no solo la continuidad de los negocios: también son los responsables de conquistar la confianza y preferencia de los clientes.

Toda la cadena de producción (proveedores de piezas y materias primas, concesionarios y demás socios de negocio) comparte esta misma premisa y actúa con foco en la mejora continua de la calidad en todas las fases del negocio, desde el diseño y producción hasta las ventas y servicios posventa.

El último año, Honda South America dirigió sus inversiones hacia actividades de nacionalización de piezas y aumento de eficiencia en los procesos productivos, iniciativas que refuerzan el compromiso de la compañía en la creación de productos acordes con su visión de futuro y con la sostenibilidad del negocio.



Compromiso con la calidad

“El 100% de calidad no es aceptable. Nuestros esfuerzos se dedican para alcanzar el 120%”. Las palabras del fundador Soichiro Honda expresan el compromiso que está presente en el desarrollo de todos los productos Honda.

En este sentido, la empresa viene actuando en programas que buscan fortalecer los principios de producción, desarrollando técnicas que limiten la variabilidad en el proceso productivo y le aporten más calidad y seguridad al producto.

El programa Honda Way, desarrollado por el departamento de Control de Calidad de la Producción de Honda Automóveis, es un ejemplo de estas iniciativas. Con el objetivo de garantizar una calidad absoluta en la producción, el departamento ejecuta un extenso programa con sus proveedores. Se les invita a conocer con mayor profundidad el proceso productivo de Honda y, en especial, cómo se emplea la pieza o el componente suministrado en la línea de producción.

Con ello, cada proveedor comprende la importancia del cumplimiento fiel de las especificaciones determinadas por Honda. El programa también enriquece el aspecto relacional, proporcionando un flujo de comunicación más armónico entre las partes.

Gestión de proveedores | GRI 102-9 |

El anhelo de Honda en ser una empresa deseada por la sociedad pasa también por el compromiso con la sociedad en asegurar la idoneidad de su cadena productiva. Por ello, Honda South America busca trabajar con proveedores reconocidos no solo por su capacidad de cumplimiento y calidad de sus productos y servicios, sino también por su actuación ética en los ámbitos social y ambiental.

Con lo cual, para formar parte del equipo de proveedores de la compañía, todas las empresas pasan por un proceso de selección realizado según las directrices globales definidas por la sede en Japón.

El estándar Honda de selección de los socios de negocio se define por la sigla QCDMEFS (Calidad, Costo, Entrega, Gestión, Medio Ambiente, Financiero y Seguridad, en español) e incluye reglas como especificaciones de calidad de las materias primas y criterios relacionados con la gestión ambiental en el proceso productivo del proveedor.



Evaluación de proveedores

Los socios de negocio se definen por medio de un estudio de viabilidad que verifica la capacidad productiva, la calidad y el costo competitivo, pero también se verifican otros aspectos como el análisis financiero y gerencial, realizado por el departamento de Compras, y el análisis de riesgos, que mide el potencial que tiene este proveedor para interferir en la producción de Honda en el caso de que ocurra algún evento de orden natural o de mercado.

Además, la empresa también solicita las normas ambientales ISO 14.001 y los procedimientos de gestión de efluentes, emisiones atmosféricas, residuos sólidos y uso adecuado de los recursos energéticos. El contrato firmado entre Honda y sus proveedores (Acuerdo General de Compras) contiene una cláusula específica sobre el medio ambiente y cláusulas sociales.



Evaluación mensual de los datos de riesgos

Los datos obtenidos en las acciones de gestión de riesgos y auditorías se evalúan mensualmente por medio de la herramienta PDCA⁵, donde se realiza el análisis crítico de los resultados, trazando planes de acciones con mejoras o correcciones en caso de irregularidades. Por su parte, los indicadores de costo se miden en el cumplimiento de las metas definidas por la compañía.

⁵ PDCA: sigla en inglés para Plan, Do, Check and Act (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar)



Honda Automóveis do Brasil

Honda Automóveis do Brasil (HAB), primer fabricante de automóviles en instalarse en la región Metropolitana de Campinas, viene actuando en el fortalecimiento de la cadena productiva y en el proceso de estructuración de los proveedores locales. Actualmente, la empresa cuenta con 165 proveedores de piezas y materias primas. Asimismo, muchos de esos proveedores están instalados en la región; como resultado, las ciudades del entorno han recibido beneficios sociales y económicos, al tiempo que sus actividades industriales y el sector de servicios se han visto incrementados.

Moto Honda da Amazônia

Como empresa comprometida con la nacionalización de componentes, la cadena de suministro de Moto Honda da Amazônia (HDA) está formada por 112 empresas responsables del abastecimiento de piezas, componentes, materia prima y material secundario. Estos proveedores se clasifican en áreas según la característica de sus productos: estampado, plástico, eléctricos, materias primas y otros.

Fortalecimiento de las alianzas
Anualmente, Moto Honda da Amazônia y Honda Automóveis do Brasil realizan encuentros con sus principales 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.

Sinergia

La optimización de la gestión de la cadena de suministro es un tema constante para Honda, y su perfeccionamiento va desde la etapa de recepción de las materias primas y componentes hasta la entrega del producto final.

Preocupados y comprometidos con el Fortalecimiento de la Estructura Productiva de los proveedores, Moto Honda da Amazônia está utilizando el conocimiento de los equipos que desarrollaron trabajos de mejoras en la fábrica de Manaus para perfeccionar los procesos de los proveedores.

Honda Automóveis también realiza actividades que buscan el desarrollo y el fortalecimiento de sus proveedores, como el empleo de la herramienta NHC-S (New Honda Circle Supplier) para que las directrices estratégicas estén alineadas. Gracias a ello, los proveedores logran entender mejor los procesos de Honda y, como resultado, se observa el fortalecimiento y el compromiso de los equipos.

El área de Compras, junto con el departamento de I+D, sigue buscando soluciones racionales para el desarrollo de piezas locales, con costos competitivos, además de mayores índices locales de materias primas y componentes.

El último año se desarrollaron trabajos de compra conjunta entre Moto Honda da Amazônia y Honda Automóveis do Brasil, como por ejemplo la compra centralizada de acero al carbono, acero inoxidable y tintas. Iniciativas como la nacionalización de piezas para minimizar el impacto de la variación del tipo de cambio, así como la reducción de las consecuencias del elevado stock y tiempo de importación, están siempre en el punto de mira de la compañía.

Relaciones con clientes y concesionarios

El eslabón más importante del negocio de Honda es el cliente y la esencia de la marca está en satisfacerlo, superando sus necesidades y expectativas.

Por eso, la empresa aplica las mejores prácticas relacionales, con el objetivo de proporcionar una experiencia positiva desde el primer contacto, facilitando sus decisiones de compra y permanencia con la marca.

Para disfrutar de un elevado nivel de credibilidad y confianza, la empresa desarrolla productos de la más alta calidad y perfecciona constantemente sus procesos con la capacitación de la red de concesionarios y una asistencia técnica cualificada, lo que se traduce en un servicio superior.

La estrategia de la marca está orientada a la identificación y diferenciación de cada cliente de acuerdo con su historial relacional y, luego, seguir hacia una interacción personalizada, conforme a sus preferencias y necesidades.

Programa RedRider



Honda Conduce

Desde 1997, Honda mantiene en Brasil el programa Honda Conduz [Honda Conduce], con el objetivo de ayudar a las personas con discapacidad en los procesos para obtener un automóvil nuevo con las exenciones legales garantizadas.

Comprometida con la satisfacción de sus clientes, la empresa basa el programa en la entrega de productos de calidad y en una atención dedicada a los clientes con discapacidad. Estos principios garantizan que una persona con discapacidad busque un concesionario Honda con la seguridad de que podrá ampliar sus posibilidades de movilidad por medio de un automóvil de la marca.

Otra forma de demostrar el respeto al público es el Seguro Especial Honda, que tiene como diferenciales la indemnización del 100% de la tabla FIPE [tabla de referencia para los precios medios de los vehículos en el mercado brasileño], con eliminación de los impuestos, auto reserva con cambio automático o CVT y dirección asistida, además de la prioridad en la asistencia 24 horas, sin que el asegurado tenga que informar que es una persona con discapacidad.

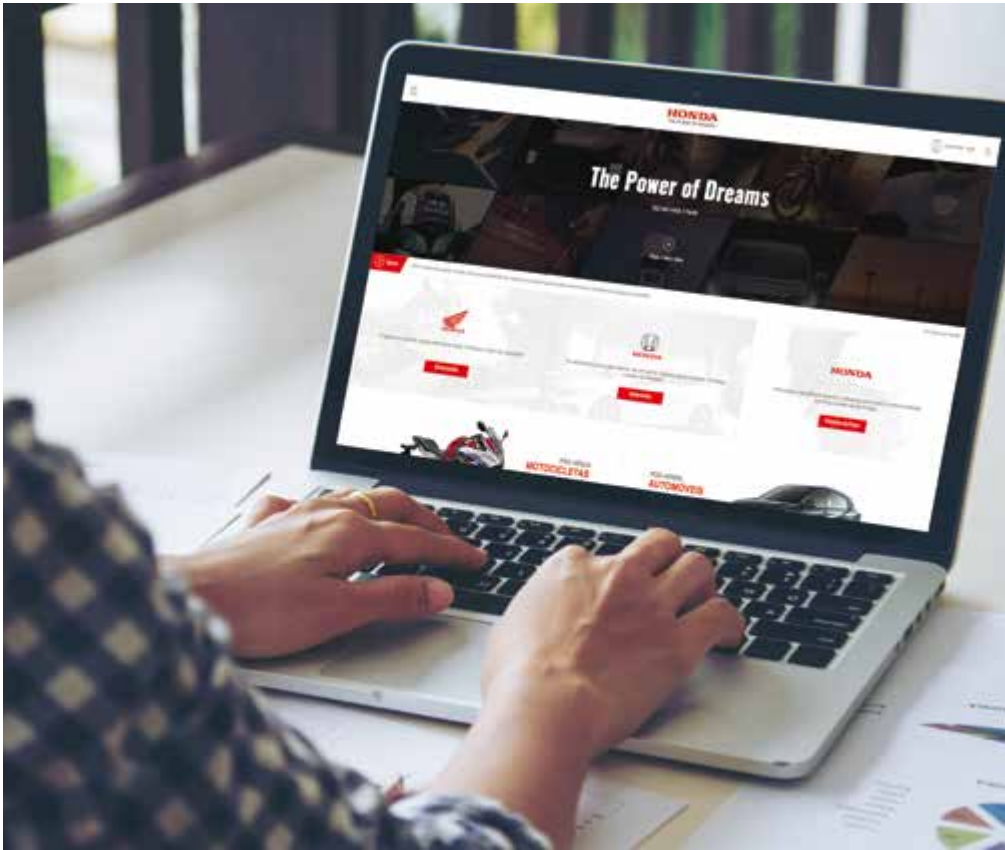
Asimismo, Seguros Honda y el Banco Honda mantienen un acuerdo de colaboración exclusivo, que posibilita la contratación de hasta tres años, a un precio mucho más competitivo, cuando el vehículo es financiado por el Banco.

RedRider

Con el objetivo de estrechar las relaciones con los motociclistas, Honda puso en marcha, en 2018, el programa RedRider, que proporciona experiencias exclusivas para actuales y futuros clientes de la marca por medio de actos, viajes, excursiones, cursos y acciones que generen satisfacción y placer sobre la motocicleta.

RedRider se basa en tres líneas de acciones principales:

- **Rider Expedition** – promueve rutas de viajes y excursiones en Brasil y en el extranjero.
- **Rider Training** – ofrece formación y capacitación de pilotaje avanzado por medio de cursos homologados por los CETH (Centros Educativos de Tránsito Honda).
- **Eventos** - cuentan con el apoyo de la red de concesionarios e incluyen áreas exclusivas en los campeonatos con la participación de Honda Racing Brasil y eventos relacionales.



myHonda: fortaleciendo las relaciones con los clientes

Honda busca ofrecer a sus consumidores una experiencia única y exclusiva, pues cree que establecer relaciones de largo plazo basadas en la satisfacción de los clientes es un factor primordial para la sostenibilidad de los negocios. Para alcanzar este propósito, se creó la estrategia myHonda, que combina el CRM (*Customer Relationship Management* o, en español, Administración de la Relación con los Clientes) con la filosofía Honda, permitiéndole a la compañía establecer una comunicación bidireccional y así entender las necesidades y aspiraciones de cada uno de sus clientes.

A partir de esta estrategia se puede establecer una relación personalizada y reforzar la confianza con una atención más asertiva e individualizada. Como parte de esta estrategia, se creó el portal myHonda, disponible en la web www.honda.com.br, con contenido y servicios exclusivos para clientes y admiradores de la marca, ofreciendo una experiencia personalizada.

Programa Best Quality

Anualmente, Honda reconoce a los mejores profesionales de posventa en su red de concesionarios de toda América del Sur mediante los premios del Programa Best Quality.

En el proceso de evaluación participan técnicos, consultores y gestores de servicios y piezas de repuesto de la red de automóviles y motocicletas, y tiene como objetivo perfeccionar el nivel técnico y la calidad de los servicios prestados con foco en la satisfacción total de los clientes.

La evaluación final consiste en pruebas prácticas de diagnósticos en vehículos, simulaciones de atención al cliente y un examen escrito de conocimientos. Se tienen en cuenta diversos criterios a la hora de evaluar, como la adecuación a la metodología y a la cultura de servicios y atención de Honda, el uso correcto de las herramientas y manuales, la resolución de casos y el tiempo de realización del examen, entre otros. Desde que se lanzó el programa, en 2007, han participado más de 88.300 colaboradores de la red de concesionarios en toda América del Sur, lo que demuestra el compromiso de la marca en asegurar la alta calidad de su servicio posventa.

Personas

Honda está formada por individuos, con sueños únicos, raciocinios y capacidad creativa diferentes. Valorizar esa singularidad crea un entorno favorable a la **iniciativa**, a la **igualdad** y a la **confianza**.

- **Iniciativa** para visualizar oportunidades.
- **Igualdad** para se trate a todo el mundo de forma justa y para que todos los que tengan fuerza de voluntad tengan las mismas oportunidades.
- Y, por último, **confianza** para colaborar, pedir ayuda y compartir conocimientos.

Los colaboradores, principal activo y mayor responsable de la generación de resultados y del éxito en las relaciones con los clientes, proveedores, socios de negocio y demás partes interesadas, cimentan el desarrollo sostenible de Honda.

Comunicación y respeto a las personas

La nueva unidad de Itirapina —a solo 100 kilómetros de la sede—, terminada en 2016, cuenta con la experiencia de colaboradores trasladados de la planta de Sumaré. Como resultado de una comunicación clara y transparente, no se produjo ningún impacto negativo con relación a este cambio. El 92% de los colaboradores aceptaron el traslado a una nueva ciudad. Hasta la mudanza completa, en 2021, la producción en Sumaré se mantendrá sin que se vea perjudicada la calidad de los automóviles ni la seguridad de todos los profesionales.

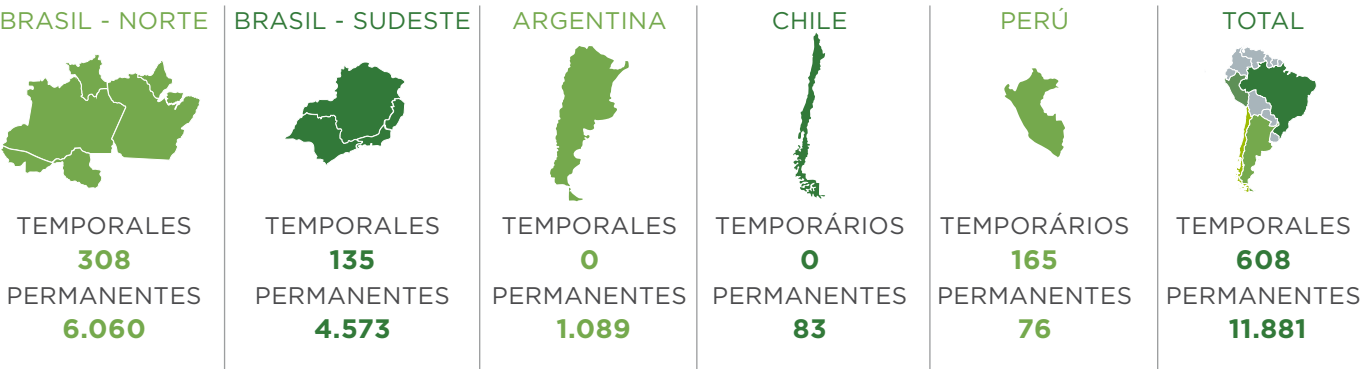
Gestión de personas

Se espera que cada colaborador manifieste libremente sus características y que encuentre un entorno propicio para la expresión máxima de sus habilidades, independientemente de su nivel jerárquico.

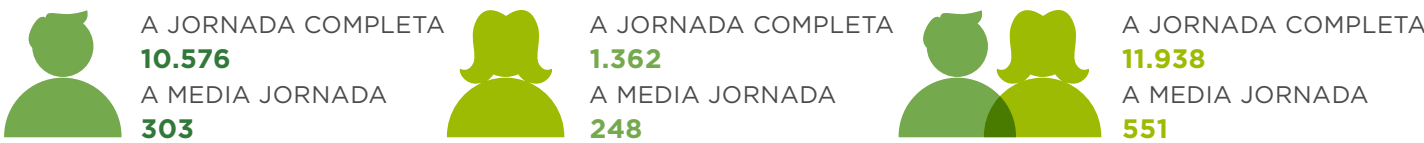
Número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por sexo | GRI 102-8 |



Número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por región



Número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo



Programas destinados al desarrollo de los colaboradores

Formación y desarrollo | GRI 103-1, 103-2, 103-3, 404-1 |

Para estimular el desarrollo de los colaboradores, Honda ofrece experiencias de aprendizaje que no solo ocurren en las capacitaciones, sino principalmente en el día a día, gracias a un entorno profesional que proporciona proximidad con las diferentes áreas y con profesionales de diversos cargos.

Media de horas de formación por empleado, por categoría laboral y sexo⁸:



	HOMBRES	MUJERES
Sexo	10,2	12,2
Categoría laboral		
Directores	9,0	-
Gerentes y gerentes generales	24,7	49,4
Empleados (administrativo)	10,2	12,5
Empleados (fábrica)	9,9	11,1

⁸ Media de horas de formación referentes a los colaboradores de Brasil. En Chile, el total de horas de formación fue de 1.905. En Argentina, el total fue de 13.703 horas.

GAP

Por medio del *Global Assignment Program* (GAP), los colaboradores participan en programas de desarrollo internacionales que buscan la adquisición de habilidades técnicas y de gestión, además de ampliar la red de contactos profesionales y el conocimiento de las mejores prácticas. Con ello, la empresa aumenta el nivel de sus equipos para que actúen en un entorno globalizado y protagonicen los cambios en el negocio.



Convención Mundial del NHC, realizada en Brasil

NHC

Todos los años, Honda realiza el programa *New Honda Circle*. Colaboradores de todas las áreas e instalaciones son invitados a formar, voluntariamente, grupos de trabajo dedicados a identificar oportunidades de innovación y mejoras para la empresa. Los proyectos tienen que desarrollarse siguiendo la metodología del programa y suponen una oportunidad para que los colaboradores aprendan sobre nuestros procesos, intercambien conocimiento con colaboradores de otras áreas y conquisten visibilidad y reconocimiento, ya que los grupos participan en convenciones nacionales e internacionales compartiendo sus experiencias y creaciones.

PÁGINA DE CARRERAS

Honda lanzó una plataforma dedicada al reclutamiento y selección de talentos, que, aparte de presentar las vacantes, incluye contenidos que refuerzan los preceptos de la Filosofía de la empresa, base de las acciones y decisiones de todos los colaboradores del grupo. También brinda información sobre los distintos segmentos en los que Honda opera en Brasil y las principales actividades desarrolladas en las cinco grandes áreas de actuación (Comercial, Producción, Investigación y Desarrollo, Compras y Administrativo).

Así, Honda demuestra su respeto por cada persona, por cada idea, por la dedicación individual en pro de un aprendizaje conjunto.



Asociación Colectiva

| GRI 103-1; 103-2; 103-3; 102-41 |

La empresa respeta y garantiza la libertad de afiliación de los colaboradores a las entidades de representación profesional.

Sobre la base del compromiso de mantener unas relaciones transparentes con todos los colaboradores y sus entidades representativas, en casos específicos, como la transición de la producción y el traslado de colaboradores de la fábrica de Sumaré (Sao Paulo) a la nueva fábrica de Itirapina (Sao Paulo), se fijó un plazo de seis meses de antelación para avisar a los colaboradores afectados, buscando el menor impacto posible. Estos plazos no están especificados en los Acuerdos Colectivos. | GRI 402-1 |

Salud y seguridad en el trabajo

| GRI 103-1; 103-2; 103-3; 403-2 |

Preservar la salud y la seguridad de los empleados y de los trabajadores que no sean empleados es un valor de suma importancia para Honda. Además de respetar la legislación en vigor y las normativas de los sectores en los que actúa, la invierte constantemente en acciones dirigidas a maximizar la seguridad y fomentar la salud del trabajador.

La gestión del área de Salud y Seguridad apoya al plan estratégico de la compañía. Además, todos los profesionales de Honda asumen el compromiso con la prevención de accidentes, y la alta administración tiene un rol importante en este proceso, al apoyar iniciativas y proporcionar recursos para la idealización y realización de programas preventivos.

Ambiente libre de accidentes e incidentes

Para garantizar que todos los procesos estén libres de accidentes e incidentes, la compañía emplea metodologías y herramientas para trazar el mapa de todas las actividades, proceso que garantiza la anticipación de riesgos y de efectos que puedan generarse. Para cada una de las situaciones mapeadas existen procedimientos y soluciones preventivas, que engloban la concienciación de los profesionales acerca de la importancia de pensar y actuar siempre teniendo en cuenta la seguridad en primer lugar. La meta de la empresa es llegar a los “cero accidentes” en todas las plantas de producción.

En 2018, Moto Honda da Amazônia alcanzó el menor índice de accidentes de su historia

y mejoró sus estándares de seguridad, siguiendo la norma internacional de seguridad Occupational Health and Safety Management Systems (OHSMS) con foco en maximizar la gestión de la salud y la seguridad en el trabajo. Su estructura está formada por comités específicos en los que participan la alta gestión y colaboradores altamente cualificados. Esta iniciativa favorece el fortalecimiento de la conciencia de seguridad de los colaboradores y la reducción de los accidentes.



La más segura

El último año, la fábrica de automóviles de Honda en Sumaré (Sao Paulo) obtuvo el índice de incidentes más bajo, una clara demostración de la eficiencia del sistema de control y de que los riesgos en los puestos de trabajo se han minimizado.

En Moto Honda se implantaron varias iniciativas, como la creación de comités de seguridad, políticas y procesos de evaluación y mejora continua. Actualmente, el comité de Salud y Seguridad de la unidad está trabajando siguiendo el lema: “La vida de cada uno es insustituible”.

Un equipo saludable

La seguridad y el bienestar andan de la mano. En ese sentido, Honda ejecuta diversas medidas para preservar la salud de sus colaboradores, como el estudio ergonómico del trabajo, atención médica especializada, en caso de urgencia, y campañas de prevención mediante la concienciación, como Octubre Rosa —enfocada en la lucha contra el cáncer de mama— y Noviembre Azul —para alertar sobre los problemas de próstata—, entre otras.

“SIN SEGURIDAD, NO HAY PRODUCCIÓN”

Lema de Seguridad de Honda Automóveis do Brasil

“LA VIDA DE CADA UNO ES INSUSTITUIBLE”

Lema de Seguridad de Moto Honda da Amazônia

Comunidades locales

| GRI 103-1; 103-2; 103-3 |

La actuación de Honda con las comunidades locales sigue la visión global de la compañía de compartir alegría con las personas en todo el mundo por medio de actividades socialmente responsables.

De este modo, el pasado año, Honda implantó diversas acciones que están contribuyendo a mantener el sentimiento de deseo, por parte de la sociedad, de que la compañía exista. A continuación, se presentan las iniciativas más destacadas que están directamente asociadas con las actividades de la compañía, que generan impactos económicos indirectos en las comunidades locales.

Impulsando el desarrollo del trabajo en el campo

En 2018, Honda pasó a integrar el programa del gobierno brasileño destinado a la agricultura familiar, el Pronaf Mais Alimentos, con tres modelos de motocicletas (NXR 160 Bros, XRE 190 y CRF230F), junto a los ATV de la marca y motores estacionarios de la línea de Productos de Fuerza.

Esta acción, resultado de un acuerdo firmado entre Abraciclo (Asociación Brasileña de Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Scooters, Bicicletas y Similares) y la Secretaría Especial de Agricultura Familiar y del Desarrollo Agrario (Sead), beneficia la agricultura en Brasil, proporcionando modernización en el desarrollo del trabajo en el campo.

Entre 2007 y 2018,
246 personas fueron
beneficiadas en acciones
de formación profesional.

Incentivo a la formación profesional

| GRI 203-1 |

Para facilitar el acceso a la educación, desde 2007 Honda pone a disposición las instalaciones de su Centro de Formación ubicado en Recife (Pernambuco) para la realización del Curso de Formación de Profesionales para los vecinos de la región de Recife. A lo largo de 870 horas de formación, los alumnos tienen clases teóricas y técnicas de mecánica de automóviles y motocicletas, con temas que incluyen metrología, eléctrica, revisiones, inspección periódica y otros. También dentro de la carga horaria, hay módulos orientativos sobre ventas, técnicas de negociación, salud, relaciones familiares, informática, medio ambiente, seguridad en el tránsito y la importancia del trabajo voluntario.

El proceso de selección de los jóvenes que participan 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 terminando educación secundaria. Las siguientes etapas incluyen un examen escrito, dinámicas de grupo y visitas a las familias.

Entre 2007 y 2018, 246 personas fueron beneficiadas.



Curso de formación de profesionales

Índice de Contenidos GRI*

| 102-55 |



Standard GRI	Contenido	Página o URL	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016			
Contenidos Generales			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-1 - Nombre de la organización	8	
	102-2 - Actividades, marcas, productos y servicios	10	
	102-3 - Ubicación de la sede	10	
	102-4 - Ubicación de las operaciones	10	
	102-5 - Propiedad y forma jurídica	Sociedad limitada	
	102-6 - Mercados servidos	10	
	102-7 - Tamaño de la organización	10	
	102-8 - Información sobre empleados y otros trabajadores	39	
	102-9 - Cadena de suministro	35	
	102-10 - Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	En 2018 no hubo ningún cambio en la organización ni en su cadena de suministro.	
	102-11 - Principio o enfoque de precaución	23	
	102-12 - Iniciativas externas	Honda South America no está suscrita a ninguna iniciativa externa.	
	102-13 - Afiliación a asociaciones	ABEEólica – Associação Brasileira de Energia Eólica 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 ABIAPE – Associação Brasileira dos Investidores em Autoprodução de Energia	
	102-14 - Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2	

* Para el Materiality Disclosures Service, GRI Services revisó que el índice de contenido GRI se presenta claramente y las referencias para los contenidos 102-40 a 102-49 se alinean con las secciones apropiadas en el cuerpo del informe. El servicio se realizó en la versión portuguesa del informe.

Standard GRI	Contenido	Página o URL	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-16 - Valores, principios, estándares y normas de conducta	5	
	102-17 - Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	21	
	102-18 - Estructura de gobernanza	21	
	102-40 - Lista de grupos de interés	9	
	102-41 - Acuerdos de negociación colectiva	41	
	102-42 - Identificación y selección de grupos de interés	9	
	102-43 - Enfoque para la participación de los grupos de interés	9	
	102-44 - Temas y preocupaciones clave mencionados	9	
	102-45 - Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	8	
	102-46 - Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	8	
	102-47 - Lista de temas materiales	9	
	102-48 - Reexpresión de la información	No ha habido reexpresión de información divulgada en informes anteriores.	
	102-49 - Cambios en la elaboración de informes	No ha habido cambios significativos en la lista de temas materiales ni en la cobertura de los temas.	
	102-50 - Periodo objeto del informe	8	
	102-51 - Fecha del último informe	2017	
	102-52 - Ciclo de elaboración de informes	Anual	
	102-53 - Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Para cualquier sugerencia en relación con el contenido del Informe, llame a los siguientes teléfonos: Automóviles: 0800 017 12 13 Motocicletas: 0800 055 22 21 Productos de fuerza: 0800 055 22 21 Banco Honda: 0800 722 2339 Consorcio Honda: 0800 722 2340	
	102-54 - Declaración de elaboración del informe de conformidad com los estándares GRI	8	
	102-55 - Índice de contenidos GRI	44	
	102-56 - Verificación externa	El Informe de sostenibilidad no se ha verificado externamente.	
Temas Materiales			
Impactos Económicos Indirectos			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	43	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	43	
GRI 203: Impactos Económicos Indirectos 2016	203-1 - Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	32, 43	

Standard GRI	Contenido	Página o URL	Omisión
Anticorrupción			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	21	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	21	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	21	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-2 - Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	21	
Energía			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	28	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	28	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	28	
GRI 302: Energía 2016	302-1 - Consumo energético dentro de la organización	28	
	302-3 - Intensidad energética	28	
	302-4 - Reducción del consumo energético	28	
Agua			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	28	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	28	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	28	
GRI 303: Agua 2016	303-1 - Extracción de agua por fuente	28	
Emisiones			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	26	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	26	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	26	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 - Emisiones directas de GEI (alcance 1)	27	
	305-2 - Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	27	
	305-4 - Intensidad de las emisiones de GEI	27	
	305-7 - Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	27	
Efluentes y Residuos			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	28	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	28	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	28	

Standard GRI	Contenido	Página o URL	Omisión
GRI 306: Efluentes y Residuos 2016	306-2 - Residuos por tipo y método de eliminación	28	
Relaciones Trabajador-Empresa			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	41	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	41	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	41	
GRI 402: Relaciones Trabajador-Empresa 2016	402-1 - Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	41	
Salud y Seguridad em el Trabajo			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	41	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	41	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	41	
GRI 403: Salud y Seguridad em el Trabajo 2016	403-2 - Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	41	
Formación y Enseñanza			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	40	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	40	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	40	
GRI 404: Formación y Enseñanza 2016	404-1 - Media de horas de formación al año por empleado	40	
Salud y Seguridad de los Clientes			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	33	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	33	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	33	
GRI 416: Salud y Seguridad de los Clientes 2016	416-1 - Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	33	
Cumplimiento Socioeconómico			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 - Explicación del tema material y su Cobertura	21	
	103-2 - El enfoque de gestión y sus componentes	21	
	103-3 - Evaluación del enfoque de gestión	21	
GRI 419: Cumplimiento Socioeconómico 2016	419-1 - Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	23	

CRÉDITOS E INFORMACIÓN CORPORATIVA

Honda South America Ltda.

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

Bairro: Nova Veneza

Sumaré (São Paulo, Brasil)

CEP: 13181-903

Dirección general de desarrollo del Informe de Sostenibilidad

Departamento de Relaciones Públicas de Honda South America

Departamento de ESG (Environment, Social and Governance)

de Honda South America

Coordinación editorial

Pedro Rezende y Tassia Rodrigues

Coordinación de la recopilación de indicadores GRI y Textos

Keyassociados

Proyecto gráfico, diagramación e infografía

Magenta•Lab

Fotos

Archivo Honda y Freepik

HONDA
The Power of Dreams