



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE **2017**



índice

05	1	Mensagem da Administração
09	2	Sobre o Relato
10		Matriz de Materialidade
13	3	Sobre a Honda
15		Estratégias e objetivos
16		Contexto de negócios
22		Visão 2030 - Honda South America
23		Pilares da Sustentabilidade Honda
25	4	Produto
25		Inovação
28		Segurança do produto
28		Respeito e compromisso com o cliente
31		Economia de combustível e redução de emissões
33		Satisfação do cliente
35	5	Cadeia de Suprimentos
39	6	Governança Corporativa
40		Sistemas de avaliação de governança
40		Prevenção à corrupção e fraude
40		Práticas anticompetitivas
41		Respeito à legislação nacional e padrões internacionais
41		Canal e Comitê de Ética
43	7	Impactos na Sociedade
49	8	Práticas Trabalhistas
53	9	Saúde e Segurança Ocupacional
57	10	Performance Ambiental
57		Estratégia climática
59		Ecoeficiência
60		Gestão de resíduos e reciclagem
61		Uso racional da água
62		Preservação da biodiversidade
63	11	Sumário de Conteúdo GRI-G4
76	12	Créditos e Informações Corporativas



Mensagem da Administração

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

01



Issao Mizoguchi
Presidente da Honda
South America

Em 31 de março de 2017 chegamos ao fim de mais um ano fiscal (93 ki*) tendo vivenciado um período de marcos especiais para a história da Honda.

No último ano, comemoramos 45 anos de presença no Brasil, 40 anos da fábrica de Manaus e da produção do veículo mais vendido do País, a motocicleta CG, além dos 35 anos do Consórcio Honda. O período também foi marcado por importantes

lançamentos: a décima geração do carro símbolo da marca no segmento de automóveis, o Novo Civic Geração 10, e a tão aguardada CRF 1000L Africa Twin, que voltou ao mercado brasileiro.

Em relação aos resultados e ao ambiente de negócios, vivenciamos um dos períodos mais desafiadores da história da indústria automobilística na América do Sul.

Os países onde atuamos passam por um momento de retração de sua economia devido à queda nos preços das commodities, desvalorização cambial e problemas políticos.

Com isso, no último ano fiscal as vendas de automóveis da marca nas subsidiárias Honda South America chegaram a 139.175 unidades - uma redução de 15% em relação ao período anterior.

* Ano fiscal japonês que se inicia em 1 de abril e termina em 31 de março.

Já no segmento de motocicletas foram comercializadas 849.523 unidades, uma queda de 15,23% em comparação ao último ano fiscal. Apesar de uma queda de 14% no mercado total da América do Sul, o segmento de Produtos de Força na região teve um crescimento de 2,2%, com 88.294 unidades vendidas graças aos novos produtos lançados para os mercados agrícola e de construção.

No Brasil, nosso principal mercado na América do Sul, adaptamos custos, buscamos a nacionalização de componentes e o atendimento às demandas específicas dos consumidores locais e, assim, conseguimos manter nossa participação de mercado em todos os segmentos nos quais atuamos. Colocamos em prática o redirecionamento acordado em nosso encontro global de 2016, quando substituímos a pauta do crescimento e expansão por uma reforma em nossa organização, com foco na recuperação da lucratividade para atravessar o cenário local adverso e investindo em uma estrutura sustentável, apta para o momento da retomada do mercado.

Apesar da queda nas vendas de motocicletas e quadriciclos, comercializamos 725 mil unidades no país, o que representa um volume 13% menor quando comparado ao período anterior - o mercado total manteve-se em torno de quatro milhões de unidades (novas e usadas) ao ano. Isso significa que a frota está envelhecendo e que existe um forte potencial de reposição de motocicletas usadas por novas – algo que deve ocorrer gradativamente à medida que as perspectivas econômicas melhorarem.

Já no segmento de automóveis, nossas vendas no Brasil chegaram a 121.361 unidades, volume dentro do planejado para o cenário econômico atual. O HR-V foi o modelo mais vendido do nosso line-up, mantendo a liderança no segmento de SUVs. Destaque ainda para a chegada ao mercado do WR-V, nosso quinto modelo nacional. Essas conquistas nos tornam ainda mais competitivos em um contexto cada vez mais desafiador de mercado.

Nossas vendas de produtos de força também foram impactadas pela instabilidade econômica do País.

Encerramos o período com 28.133 unidades comercializadas, o que representa uma queda de 2,3% em relação ao ano fiscal anterior. Na Honda Serviços Financeiros (HSF), os resultados, no geral, acompanharam os números de todo o negócio, mas vale ressaltar que aumentamos a participação em nossa rede de concessionárias autorizada com o Banco e a Seguros Honda, reflexo das novas ações comerciais e parcerias firmadas. No Consórcio Honda, obtivemos resultados bastante positivos no segmento de quatro rodas, com crescimento de 36%.

Apesar dos sinais de estabilização e recuperação para a economia sul-americana, ainda existem muitas incertezas não só no cenário político local, mas também mundial. Assim, para este ano fiscal (1º de abril de 2017 a 31 de março de 2018), as expectativas são de estabilidade com um discreto crescimento, especialmente no segundo semestre, para os nossos três principais segmentos. Os resultados da HSF devem acompanhar o desempenho de todo o negócio.

Relações sustentáveis e duradouras

A satisfação dos nossos clientes é fator primordial para a sustentabilidade dos negócios. Nosso principal objetivo é que os consumidores tenham uma completa experiência positiva com a marca Honda. Nesse sentido, no 93 ki, lançamos oficialmente um projeto corporativo de relacionamento com o cliente, o myHonda, no qual vínhamos trabalhando há cerca de três anos. A iniciativa veio para consolidar nossa estratégia por meio de dados precisos sobre a jornada e a percepção de cada pessoa que se relaciona com a nossa marca. Dessa forma, podemos estabelecer uma comunicação em duas vias para entendermos as necessidades e aspirações de cada um de nossos clientes em todo o País, proporcionando assim uma melhor experiência.



É importante destacar a performance do parque eólico da Honda Energy, que obteve recorde de produção de energia limpa e já permitiu que deixássemos de emitir mais de 18 mil toneladas de CO₂ na atmosfera.

No que tange as nossas operações fabris, acreditamos em uma gestão sólida e responsável, seguindo princípios de ética, governança e transparência com o mercado. Continuaremos empenhados em investir na busca por soluções que diminuam os impactos ambientais gerados pelas nossas atividades e produtos, promovendo o relacionamento saudável com as comunidades do entorno de nossas unidades e contribuindo para o futuro das próximas gerações.

Ainda neste tema, é importante ressaltar a performance do parque eólico da Honda Energy, que obteve recorde de produção de energia limpa e já permitiu que deixássemos de emitir mais de 18 mil toneladas de CO₂ na atmosfera. Entre as nossas ações sociais, destaco o projeto social

de Recife, que completou 10 anos em 2016 e é motivo de orgulho para nós. A iniciativa tem contribuído para que centenas de jovens carentes tenham oportunidade de conseguir o primeiro emprego, construir uma carreira e ajudar suas famílias.

Essencial para o mercado no qual atuamos, a temática da segurança no trânsito também é tratada como prioridade pelas unidades da Honda na América do Sul. No último período fiscal, contamos com a participação de mais de 30 mil pessoas em nossas atividades voltadas para a conscientização no trânsito e pilotagem segura de motocicletas. As ações realizadas pelas equipes dos nossos Centros Educacionais de Trânsito (CETH) do Brasil, Argentina e Peru são gratuitas e incluem treinamento teórico e prático, além

de palestras itinerantes. Sempre com foco em melhorar o dia a dia das pessoas, nossa marca tem investido em parcerias globais e pesquisas para acelerar o desenvolvimento de tecnologias para o futuro da mobilidade. Em nossa visão 2030, nosso objetivo é a concretização de uma sociedade livre do carbono e de acidentes de trânsito.

Estamos confiantes no futuro. Acreditamos no potencial do mercado da América do Sul e na dedicação de cada colaborador, que é quem nos permite ser uma empresa sempre desejada e admirada pela sociedade.

Muito obrigado!

Issao Mizoguchi
Presidente da Honda South America

02

Sobre o
Relato

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

A Honda South America (HSA) publica anualmente seu Relatório de Sustentabilidade com objetivo de manter um relacionamento transparente com seus públicos e prestar contas das ações, projetos e resultados alcançados. As informações apresentadas neste documento representam o ano fiscal japonês - país de origem da companhia - e são referentes ao período de 1º de abril de 2016 a 31 de março de 2017. Nelas estão contempladas as subsidiárias regionais da holding na América do Sul instaladas no Brasil, na Argentina, no Peru e no Chile, exceto quando indicado.

Nesta edição, a Honda buscou contextualizar o leitor sobre os assuntos sociais, ambientais e de governança relevantes para seu negócio, trazendo as informações sobre sua gestão, desempenho e iniciativas relacionadas. Estes temas materiais* guiam o Relatório e seguem as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI G4), metodologia adotada mundialmente pelo setor privado para construção e comunicação dos Relatórios de Sustentabilidade. Detalhes adicionais sobre os indicadores encontram-se na seção Sumário de Conteúdo GRI-G4.



+ INFO

Para sugestões em relação ao conteúdo do Relatório, entre em contato pelo e-mail institucional@honda.com.br.

*Temas materiais são os tópicos mais importantes e relevantes para a empresa e também representam os assuntos que mais interessam aos stakeholders

Matriz de Materialidade

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

Em 2015, a Honda South America iniciou o processo de construção da sua matriz de materialidade. O processo contemplou entrevistas com 18 executivos da Honda e consulta aos públicos de interesse internos e externos, via questionários online enviados para 478 pessoas, das quais 143 responderam. Das respostas recebidas, 38% são clientes, 24% colaboradores, 12% fornecedores e 7% comunidades locais. O restante da amostra vem de representantes de mídia, governo, concessionárias e outros. Com base nesse levantamento, os temas de

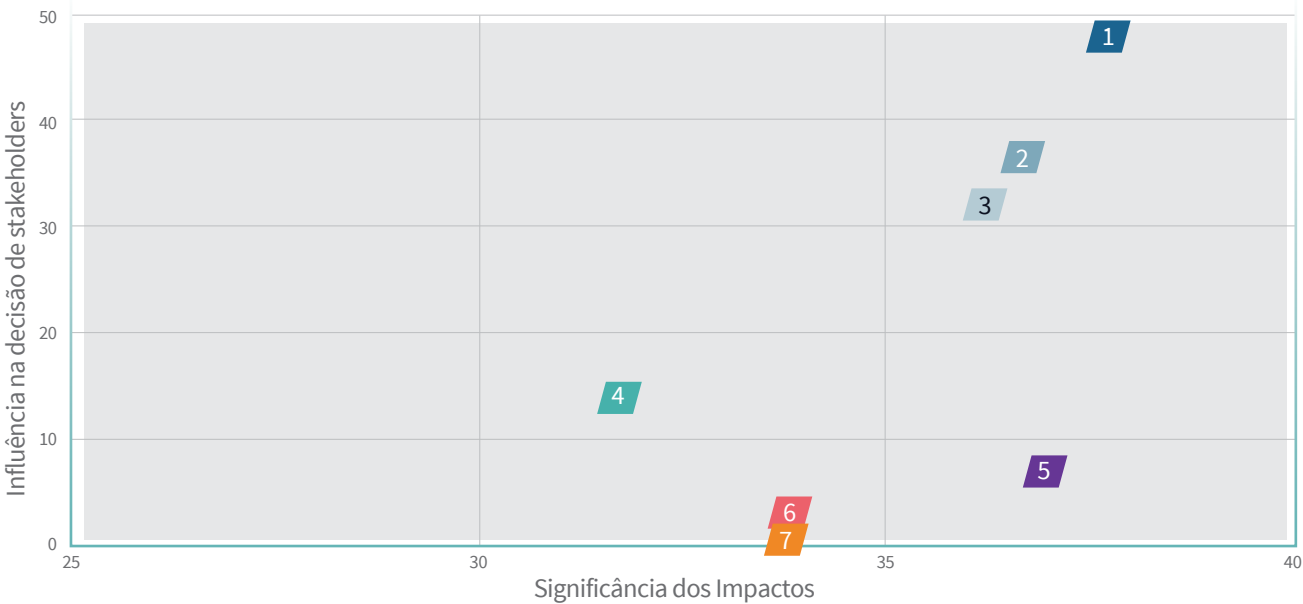
maior importância para a organização foram priorizados e validados pela liderança da companhia, constituindo a matriz de materialidade apresentada neste relatório.

Neste novo ciclo, a HSA buscou atualizar a matriz, aprofundando a visão da importância dos aspectos para o negócio e para as decisões de seus principais stakeholders. Dessa forma, os temas foram remapeados utilizando as fontes mais reconhecidas no mercado, tais como RobecoSAM (que conduz a avaliação das empresas

para participação no Índice de Sustentabilidade Dow Jones, DJSI), SASB (que define os padrões de reporte de sustentabilidade para as empresas com capital aberto na bolsa americana) e RepRisk (que avalia riscos reputacionais em função das questões sociais, ambientais e de governança das empresas que se candidatam para DJSI). Em seguida, os responsáveis da HSA sobre a gestão de cada um dos aspectos apontaram a relevância para criação e proteção de valor da empresa. Os aspectos materiais identificados e validados nesse processo incluem:

Temas materiais	O que contribui para o tema?
 Produto	Inovação Segurança do produto Satisfação do cliente Economia de combustível e emissões
 Cadeia de suprimentos	Gestão de fornecedores Fornecimento de matéria-prima
 Governança corporativa	Prevenção à corrupção e fraude Práticas anticompetitivas Respeito à legislação nacional e padrões internacionais Planejamento tributário
 Impactos na sociedade	Impactos e relacionamento com a comunidade Direitos humanos
 Práticas trabalhistas	Indicadores de práticas trabalhistas Liberdade de associação e negociação coletiva
 Saúde e segurança ocupacional	Saúde e segurança ocupacional
 Performance ambiental das operações	Estratégia climática Ecoeficiência Geração de resíduos e reciclagem

Matriz de priorização dos temas



- 1

 Produto
- 2

 Cadeia de suprimentos
- 3

 Governança corporativa
- 4

 Impactos na Sociedade
- 5

 Práticas trabalhistas
- 6

 Saúde e segurança ocupacional
- 7

 Performance Ambiental das Operações

No início de 2017, a HSA atualizou a sua matriz de materialidade usando referências reconhecidas globalmente como RobecoSAM, SASB e RepRisk

03

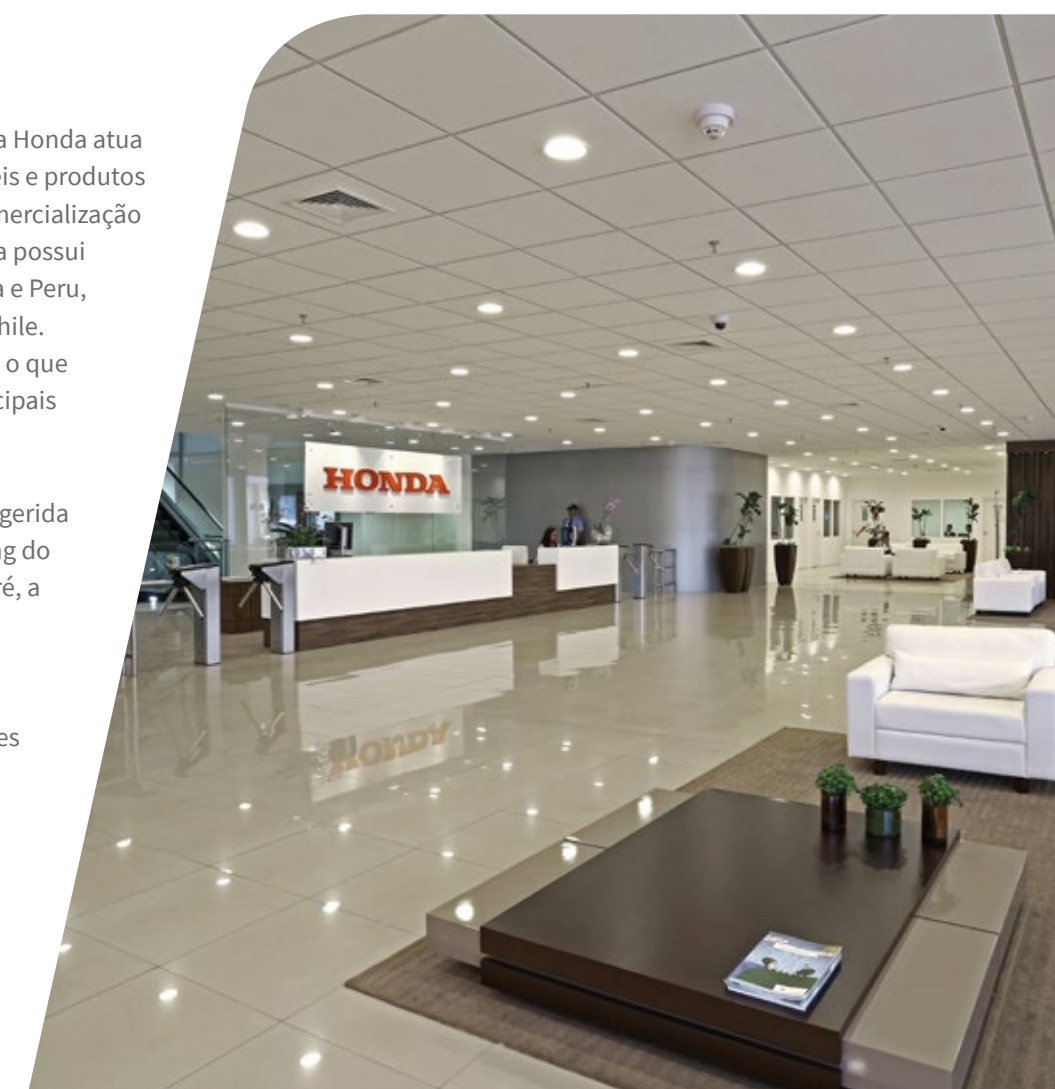
Sobre a
Honda

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

Presente há 46 anos na América do Sul, a Honda atua na produção de motocicletas, automóveis e produtos de força. Em 2015, iniciou também a comercialização de jatos executivos no país. A companhia possui unidades produtivas no Brasil, Argentina e Peru, além de uma unidade importadora no Chile. Mantém mais de 2.500 pontos de venda, o que garante à marca estar presente nas principais cidades da América do Sul.

Toda a rede e infraestrutura da Honda é gerida pela Honda South America (HSA), holding do grupo que tem sede na cidade de Sumaré, a 119 quilômetros de São Paulo.

A América do Sul é um dos sete blocos administrativos que formam as operações globais da companhia, que incluem Japão, América do Norte e Central, Europa, Oriente Médio e África, Ásia e Oceania e China. No total, a Honda possui 442 subsidiárias e afiliadas em todo o mundo.



Honda na América do Sul



Unidade de Negócio	Razão Social	Escopo	Jurisdição
HDA	Moto Honda da Amazônia Ltda.	2R / PF	Brasil
HAB	Honda Automóveis do Brasil Ltda.	4R	Brasil
HSF	Honda Serviços Financeiros Ltda.	BHB / CNH / SHB	Brasil
HAR	Honda Motor de Argentina S.A.	2R / 4R / PF	Argentina
HDP	Honda del Peru S.A.	2R / PF	Peru
HSP	Honda Selva del Peru S.A.	2R / PF / TR	Peru
HMDC	Honda Motor de Chile S.A.	2R / 4R / PF (importação)	Chile
2R: Motocicletas / 4R: Automóveis / PF: Produtos de Força / TR: Triciclos BHB: Banco Honda S.A. / CNH: Consórcio Honda Ltda. / SHB: Corretora de Seguros Honda Ltda.			

Estratégia e objetivos

G4-14

A consolidação dos negócios da Honda está baseada no seu diferencial de qualidade. Este princípio vem sendo reforçado globalmente e ganha ainda mais importância no competitivo cenário da indústria automobilística. O contexto de negócio do setor está em constante transformação e cada vez mais focado em questões relacionadas ao meio ambiente, segurança e inteligência artificial. Apesar desses conceitos, somados à visão de qualidade, já estarem

plenamente integrados à cultura Honda, a busca pelo aperfeiçoamento da gestão é permanente.

Atenta a esses desafios, a companhia está reforçando iniciativas que a aproximem de seu cliente final. O objetivo é ouvi-lo, entendendo suas aspirações e expectativas quando adquire um produto da marca Honda. Um avanço importante foi a introdução de níveis de garantia de fabricante para motocicletas equivalentes aos de automóveis (de

até três anos). O benefício é estendido a todos os veículos da marca.

Outro passo significativo foi o desenvolvimento de uma nova concepção de canal diretor de pós-venda, por meio do qual é possível acompanhar, em tempo real, a jornada do cliente com a marca, realizar pesquisas em períodos adequados e oferecer serviços mais personalizados e que atendam, cada vez mais, sua expectativa.

Plataforma exclusiva para os clientes Honda

Desde abril de 2017, o portal myHonda está disponível, no site www.honda.com.br, para todos os clientes e fãs da marca que, por meio de um login e senha, possuem acesso a conteúdos e serviços exclusivos. No caso de proprietários, é possível visualizar informações específicas de seu produto, agendar visitas às concessionárias, visualizar serviços realizados, dar sugestões, além de conferir conteúdos sobre os produtos e serviços da marca.



A Honda também vem fortalecendo e estreitando seu relacionamento com concessionários e fornecedores. Na busca por mais proximidade e transparência nas relações, a companhia realiza reuniões periódicas com esses stakeholders e treinamentos específicos com

as equipes sempre com foco na qualidade dos serviços e do produto final. Esse trabalho reforça a estratégia e a missão da companhia em proporcionar alegria e melhorar a vida das pessoas por meio da mobilidade.



+ INFO

Saiba mais sobre os desafios e estratégias da Honda na página 22: Visão 2030 – Honda South America

Contexto de negócios

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

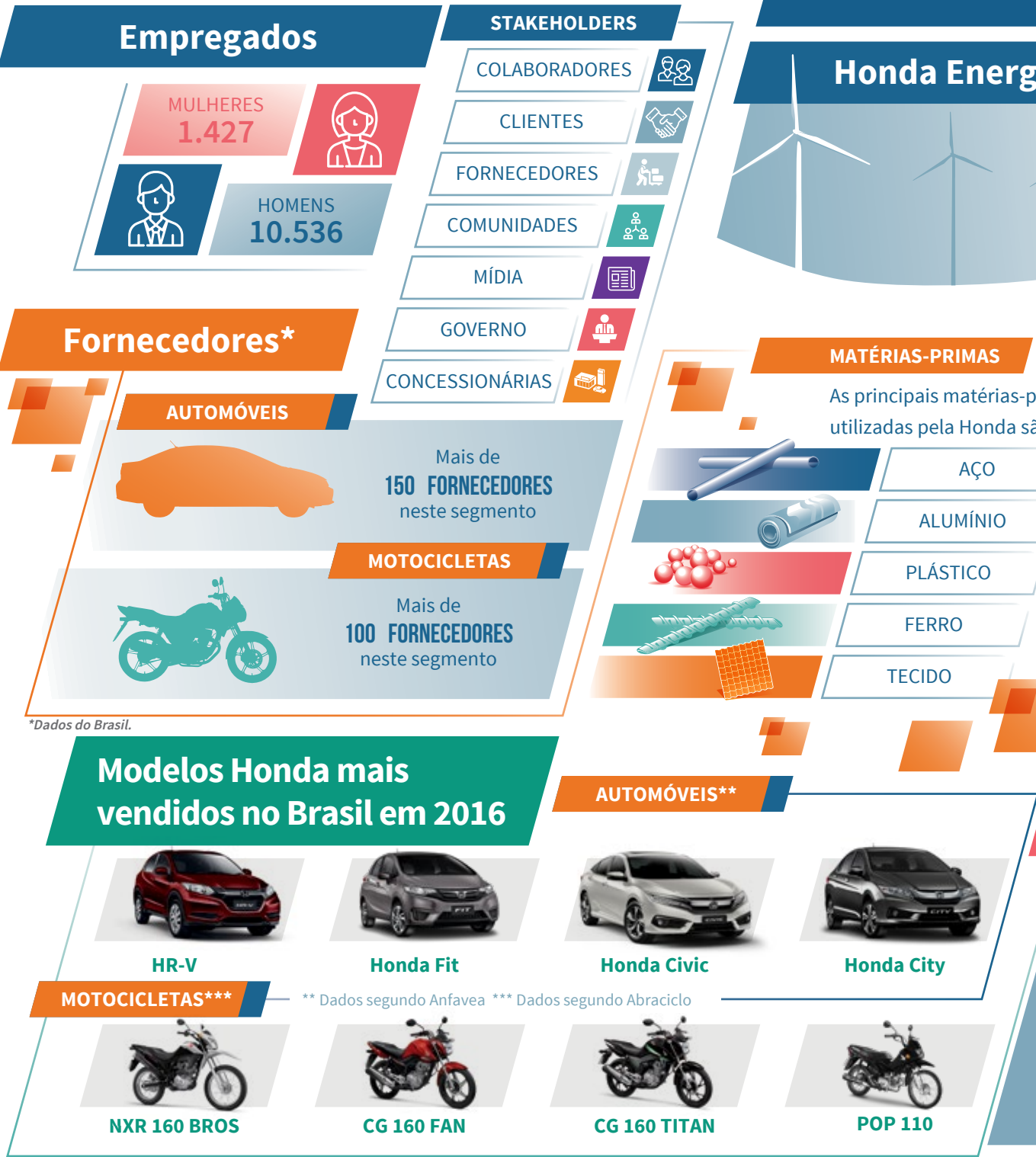
Global

A Honda vem estabelecendo parcerias globais para acelerar o desenvolvimento de tecnologias que atendam às expectativas de mobilidade, promovam a redução de impactos ambientais e ampliem a segurança dos usuários de veículos. Entre os destaques estão os acordos firmados com a GM e a Hitachi para produção de células de combustível para carros a hidrogênio e motores elétricos. Além disso, a companhia vem aprofundando a cooperação e a integração entre as sete regiões em que atua, focando no uso mais eficiente de seus recursos e conhecimento para alcançar resultados positivos e fortalecer a competitividade mundial. O esforço será baseado na perspectiva de contribuição para a matriz, em que cada região será responsável por buscar o desenvolvimento de produtos atraentes, que atendam às necessidades locais, mas também tenham potencial global - um resultado já visto no Brasil com o lançamento do WR-V, que está sendo produzido também na Índia.

América do Sul

Em 2017, a HSA encerrou as operações de sua fábrica de motocicletas em Florencio Varela, localizada na Argentina. A produção local foi transferida para a unidade de Campana, no mesmo país, onde já eram produzidos automóveis da marca. Com a decisão, a Honda ganhou mais competitividade em suas operações e ajustou sua produção às condições de mercado da região sul-americana. Confira os destaques da América do Sul no infográfico ao lado.

Modelo de Atuação Honda (América do Sul)



Honda Automóveis do Brasil Ltda.
Produção e vendas de automóveis e peças.

Moto Honda da Amazônia Ltda.
Produção e vendas de motocicletas, produtos de força e quadriciclos.

Honda Energy do Brasil

121.361

722.216

28.133

BRASIL

PONTOS DE VENDA
2.074

73.391 MWh

gerados no último ano fiscal no parque eólico da Honda em Xangri-Lá (RS)

MATÉRIAS-PRIMAS

As principais matérias-primas utilizadas pela Honda são:

AÇO

ALUMÍNIO

PLÁSTICO

FERRO

TECIDO

Honda Motor de Argentina S.A.

Produção de motocicletas e automóveis, importação e vendas de motocicletas e produtos de força.

12.958

72.876

26.014

ARGENTINA

PONTOS DE VENDA
299

Honda Motor de Chile S.A.

Importação e vendas de motocicletas, automóveis e produtos de força.

3.202

8.045

4.704

CHILE

PONTOS DE VENDA
73

Honda Selva del Perú S.A.
Honda del Perú S.A.

Produção de motocicletas, importação e comercialização de automóveis e produtos de força.

1.654

33.181

29.443

17.716

PERU

PONTOS DE VENDA
265

Brasil

Motocicletas



Maior fabricante de motocicletas para a América do Sul, com uma produção que já ultrapassou os 22 milhões de unidades, a Moto Honda da Amazônia é líder absoluta do segmento no Brasil, com mais de 80% de market share. A fábrica, inaugurada em 1976 na cidade de Manaus (Amazonas), é hoje a maior unidade de produção de motos Honda no mundo e integra um processo produtivo complexo que desenvolve desde moldes e ferramentas de produção até componentes essenciais como escapamentos, rodas, guidões e peças para chassis. Com modelos nacionais e importados, as motocicletas variam de 110 cilindradas (cc) até 1.800 cc para diferentes tipos de uso e perfis de cliente. Com mais de seis mil

colaboradores, a planta manauara também é responsável pela produção de quadriciclos e motores estacionários.

Segundo dados da Abraciclo (Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares), em 2016 o segmento de motocicletas no Brasil sofreu uma redução de 30% na produção quando comparado a 2015.

Entretanto, as perspectivas mostram que existe ainda um mercado potencial, com muitos clientes buscando alternativas de locomoção para trabalhar, estudar e para o lazer. Dessa forma, a Honda manteve sua programação de lançamentos,

fortalecendo o line-up e garantindo a manutenção de sua liderança no mercado nacional.

No último ano fiscal, a venda de motocicletas e quadriciclos Honda foi de aproximadamente 725 mil unidades, uma redução de 13% em relação ao período anterior. Espera-se que o próximo ano fiscal apresente uma ligeira recuperação no 2º semestre. Ainda assim, a empresa trabalha com cautela, visto que um cenário econômico favorável demanda a superação de grandes desafios, como a reversão do aumento do índice de desemprego, da perda de confiança do consumidor e da elevação dos custos de produção.

Momento de adequação

G4-13

Ainda buscando adequar-se ao cenário de desaquhecimento da economia brasileira, a Honda suspendeu temporariamente as operações de uma das linhas produtivas da fábrica de Manaus, responsável pela produção de motonetas e scooters. A fabricação dos modelos dessas categorias foi redistribuída.

Automóveis

Dados da Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) mostram que o ano de 2016 registrou uma redução de 11,2% na produção de carros para o mercado nacional em relação ao mesmo período de 2015. Para enfrentar as dificuldades apresentadas pela desaceleração da economia brasileira e pela instabilidade nos principais países sul-americanos, a Honda Automóveis do Brasil (HAB) passou por um processo de adaptação de custos, fortalecendo a nacionalização de componentes e o atendimento das demandas específicas dos clientes locais.

Desde o início da sua produção nacional de automóveis, em 1997, a Honda vivencia uma trajetória de crescimento e modernização. Com 225 mil m² de área construída, a fábrica de Sumaré, no interior de

São Paulo, concentra a produção dos modelos Fit, WR-V, HR-V, Civic e City. Ao todo, mais de 1,6 milhão de veículos já saíram da unidade, também responsável pela importação dos modelos Honda CR-V e Accord.

No último ano fiscal, foram emplacadas mais de 121 mil unidades no Brasil, uma queda de 15% em relação ao período anterior. Por outro lado, aumentou seu market share, chegando a um pico de 7,1% no mês de fevereiro de 2017. As incertezas políticas e as dúvidas quanto ao futuro da economia dificultam as previsões de curto prazo. Mas, para o novo ano fiscal, a expectativa é de um crescimento em torno de 5% - percentual ainda baixo para permitir o início das operações da nossa segunda fábrica de automóveis, em Itirapina, também no interior de São Paulo.



Produtos de Força

O segmento de produtos de força da Honda é composto por 23 modelos de motores estacionários (sendo três deles produzidos no Brasil, na planta de Manaus), além de roçadeiras, motobombas, geradores, cortadores de grama e pulverizadores costais.

Com um mercado atrelado ao desempenho de setores produtivos como agronegócio e construção civil, hoje um dos maiores desafios da Honda nesse segmento está na criação de ações para melhorar a visibilidade da marca em sua rede de concessionárias e representantes de motocicletas.

Para isso, os principais focos serão o mercado de motores de rabeta na região Norte e o mercado agrícola no Sul. Hoje, a marca possui um potencial de venda de 60 mil unidades/ano. No último ano fiscal foram comercializadas 28.133 unidades no Brasil, uma queda de 2,3%, ante o período anterior.

Honda Serviços Financeiros

Formado pelo Banco Honda, Consórcio Honda e Seguros Honda, o segmento de Serviços Financeiros (HSF) tem como objetivo prover soluções que facilitem a aquisição de produtos da companhia. A sinergia e a proximidade entre a fabricante e seu braço financeiro é um importante fator de competitividade para a marca.

Banco Honda

Hoje, o Banco Honda detém uma participação de 70% dos financiamentos de automóveis Honda 0km. No período representado pelo último ano fiscal, o resultado do negócio acompanhou a retração do mercado de veículos e registrou queda de 27% no segmento de automóveis e 23% em motocicletas. Apesar da redução nos volumes, a participação no total de financiamentos realizados na rede cresceu.

Para o segmento de automóveis, o destaque do período foi o Plano Unic. Lançado para impulsionar as vendas do Honda Civic Geração 10, esse formato de financiamento segue a tendência de pagamento flexível e facilita o acesso dos clientes ao modelo. O plano permite que o comprador defina o valor

da entrada (no mínimo 30% do valor do veículo), sendo que o pagamento restante pode ser realizado em até 35 vezes, com parcelas intermediárias mensais fixas em valores menores do que os praticados pelo mercado. Já para motocicletas, o Banco Honda oferece o Plano Renova, com condições de financiamento semelhantes às do Plano Unic para a aquisição do modelo CRF 1000L Africa Twin.

Para este ano fiscal, há uma demanda potencial no setor de veículos e a perspectiva do Banco Honda é de crescimento. A empresa está otimista com os novos modelos e vislumbra um cenário em que as taxas de juros podem se tornar mais atrativas, aumentando a confiança do consumidor.

70%

de participação do Banco nos financiamentos na rede

Em dezembro de 2016, a Honda Serviços Financeiros iniciou a digitalização de todo o processo de concessão de financiamentos. Assim como aconteceu com o sistema de vendas de consórcio, que já é feito via plataforma 100% digital, o novo formato está sendo introduzido gradativamente na rede de concessionárias e trará melhorias nos controles internos e mais agilidade na análise das propostas. A digitalização teve início pelo segmento de automóveis e, na sequência, será estendida para motocicletas.

Consórcio Honda

No mercado há mais de 35 anos, a maior administradora do gênero no País conta com aproximadamente 1,7 milhão de clientes ativos. A empresa se destaca por oferecer planos que se adaptam ao orçamento do cliente e ganha mercado ao se mostrar como uma alternativa segura em meio à instabilidade financeira, oferecendo ao cliente parcelas mensais que cabem no orçamento.

A divisão obteve resultados positivos no segmento de quatro rodas, conseguindo superar a meta prevista para o período e encerrar com crescimento de 36%. Por outro lado, em duas rodas, o cenário econômico afetou a venda de cotas em praticamente todas as regiões. Assim como no financiamento, foi possível sentir uma melhora no primeiro trimestre de 2017. Porém, não

suficiente para evitar que as vendas fechassem o ano fiscal com queda de 15%. A perspectiva do Consórcio Honda é de manter a estabilidade dos negócios, com um ligeiro crescimento a partir do 2º semestre deste ano fiscal. A empresa tem como objetivo alcançar o patamar de 700 mil cotas de motocicletas/ano. Em automóveis, a expectativa é de crescimento de 34%, com 15 mil cotas.

Seguros Honda

Com 30 anos de atuação nacional, a Seguros Honda já ultrapassou a marca de 1 milhão de apólices comercializadas no Brasil. Com planos para intensificar suas ações no varejo por meio da ampliação da força de vendas, a Honda incluiu em sua estratégia o desenvolvimento de parcerias com outras seguradoras para atender ao segmento de motocicletas de baixa

cilindrada. A corretora está presente em diversos segmentos como seguro para veículos, crédito interno, vida e saúde.

A Seguros Honda alcançou o volume total de 156 mil apólices comercializadas no último ano fiscal, o que representa 8% de redução em relação ao período anterior. Porém, em motocicletas, a participação cresceu de

10 para 12%, enquanto no segmento de automóveis se manteve estável.

Para este ano fiscal, a empresa aumentará esforço de vendas para fortalecer a cultura de seguros no segmento duas rodas. Em automóveis, o foco será em manter estabilidade, fidelizando cada vez mais os clientes.

HondaJet

Comercializado no Brasil desde 2015, o HondaJet é a primeira aeronave desenvolvida pela Honda e o jato executivo mais avançado do mundo em sua categoria. Produzida pela Honda Aircraft Company, nos Estados Unidos, a aeronave é um marco na indústria aeroespacial ao trazer uma série de inovações, como o aprimoramento da aerodinâmica, que resultaram em melhor eficiência no consumo de combustível. No Brasil, a Líder Aviação é a representante exclusiva para vendas do HondaJet. Neste ano fiscal, as vendas do jato foram ampliadas para a Argentina, Uruguai e Paraguai. Além disso, a aeronave obteve o Certificado de Tipo brasileiro concedido pela Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).



Visão 2030 – Honda South America

A Visão 2030 da Honda expõe a trajetória que será seguida pela companhia para atender às demandas futuras da sociedade, mantendo sua missão de proporcionar alegria e melhorar a vida das pessoas por meio da mobilidade. Esse direcionamento foi definido com base na visualização de um futuro com novos valores a partir das demandas da sociedade. Para a América do Sul, o ponto de partida foi a realidade atual e uma visão das peculiaridades dos países que compõem o bloco. A Visão 2030 da HSA inclui as seguintes iniciativas:

- Reforçar a sinergia entre os países da América do Sul e das demais regiões onde a marca está presente. A cooperação será muito importante para o futuro dos negócios e contribuirá para a otimização de recursos, para o desenvolvimento e para a nacionalização na região sul-americana.
- Atenção às particularidades da região como, por exemplo, a política de promoção do etanol, a necessidade de incremento da infraestrutura para recarga de veículos elétricos e a solidificação de indústrias com foco na produção de peças de alta tecnologia, além do poder aquisitivo da população em relação aos países mais ricos. Com isso, a introdução de determinadas tecnologias tende a ocorrer em momentos diferentes.
- Proporcionar aos sul-americanos a alegria de aproveitar a vida, oferecendo produtos e serviços adequados a sua realidade. Aos clientes com faixa de renda baixa, o objetivo da Honda é oferecer soluções que amenizem suas dificuldades de locomoção e execução de tarefas manuais. Para consumidores com maior poder aquisitivo, o foco será a oferta de produtos que gerem uma experiência com ainda mais conforto e bem-estar.
- Oferecer soluções de mobilidade mais econômicas e tornar o tempo no trânsito mais proveitoso para cada indivíduo.
- Para assegurar as alegrias às futuras gerações, a Honda trabalhará na direção de uma “sociedade neutra em carbono”. Isso será feito por meio das

seguintes iniciativas: utilização ativa e melhoria da eficiência econômica dos veículos flex (etanol), uso de energia eólica para forte redução das emissões de CO₂ e utilização eficaz dos recursos e destinação adequada dos resíduos.

- A Visão 2030 busca, também, trabalhar para aumentar a “segurança e tranquilidade para todos no trânsito”, o que será feito por meio do investimento em tecnologias e fortalecimento de ações para a educação no trânsito.

Pilares da sustentabilidade Honda

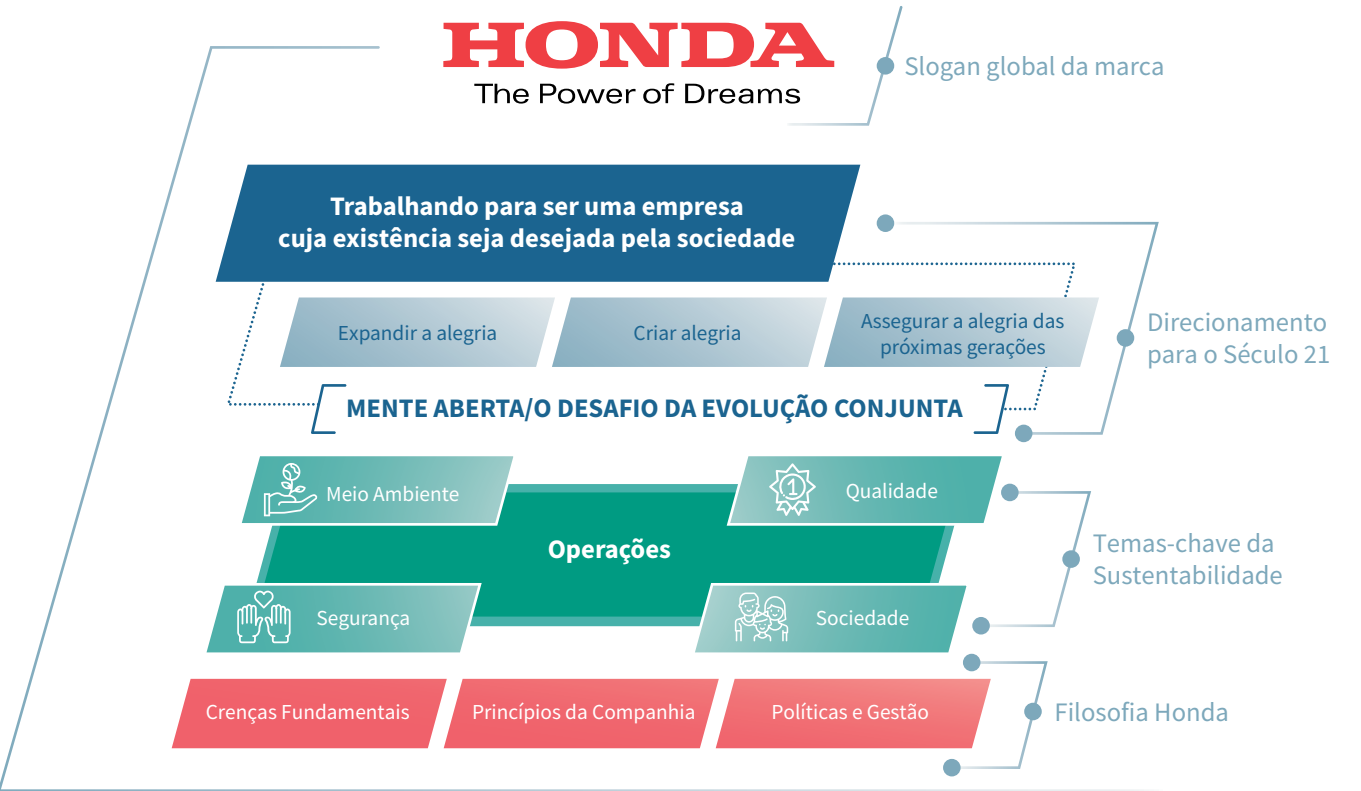
G4-15, G4-16

Meio ambiente, segurança, qualidade e sociedade são os pilares estratégicos de sustentabilidade da Honda. Esses quatro princípios se inter-relacionam e estão presentes em todas as atividades e operações da companhia por meio de uma gestão sólida e que segue os princípios da ética, governança e transparência com o mercado. A proximidade com a rede de concessionárias e fornecedores, além

do desenvolvimento de atividades para estimular o engajamento dos colaboradores no seu compromisso socioambiental, contribuem para fortalecer a sustentabilidade de toda a cadeia de valor da empresa.

A Honda desenvolve suas atividades com a atenção voltada para procedimentos que garantam maior segurança na tomada de decisões de negócio. A avaliação das condições

macroeconômicas permite à empresa antecipar-se às dificuldades e beneficiar-se de oportunidades de mercado que impactem positivamente a sua competitividade e reputação. Todos estes princípios e procedimentos integram a plataforma de negócio da Honda e são disseminados em todas as atividades de sua cadeia produtiva.



04

Produto

G4-4

Compromisso constante com os clientes

Oferecer aos consumidores motocicletas, automóveis e produtos de força adequados ao mercado local, sempre atualizados com as mais recentes tendências, é um compromisso da marca Honda. Essa estratégia representa o empenho da companhia com o atendimento das expectativas dos seus clientes.

Princípio Honda

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

Inovação

A Honda acredita que a perenidade dos negócios é garantida pela confiança do cliente, conquistada desde o primeiro contato e percebida de forma constante ao longo de todo o relacionamento com a marca. Tal reconhecimento só pode ser alcançado por meio de avanços gerados pelos investimentos em inovação de produtos e serviços oferecidos ao consumidor.

A concretização desse objetivo é possível porque a Honda conta com um organizado processo de planejamento estratégico para avaliar as demandas futuras e definir o cronograma de introdução e desenvolvimento de novas tecnologias. A empresa possui, em sua forma de gestão, diretrizes e metas para todas as atividades da companhia e realiza investimentos constantes em pesquisa para trazer o que há de mais moderno para o mercado. Esses valores também se estendem a toda cadeia de produção (fornecedores de peças e matérias-primas, concessionárias e demais parceiros de negócios).

Para se manter inovadora e sempre à frente da demanda do mercado, além da pesquisa com os atuais e potenciais consumidores, o time responsável pelo desenvolvimento faz uma prospecção de novas tecnologias, legislação e tendências. As informações coletadas possibilitam que as principais necessidades de mercado sejam refletidas no novo produto ou tecnologia. Todos esses processos são revisados periodicamente em consenso com os departamentos Comercial e Industrial com base nas diretrizes da matriz. No último ano, apesar das dificuldades em função da crise econômica do país, a Honda manteve os seus investimentos em pesquisa e desenvolvimento, em atividades de nacionalização de peças e aumento de eficiência nos processos produtivos, atitudes que reforçam o compromisso da empresa com a criação de produtos com visão de futuro e com a sustentabilidade do negócio.

Tecnologias avançadas para o mercado local de automóveis

O Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) de automóveis da Honda South America está localizado na planta de Sumaré (SP), onde também se encontra a fábrica. Inaugurado em 2001, foi ampliado e recebeu novas instalações em 2014. O Centro, que conta com aproximadamente 300 colaboradores, possui laboratórios e equipamentos técnicos de última geração que possibilitam o

desenvolvimento de componentes, além da realização de testes de durabilidade, medição de emissões e de consumo. Os equipamentos para esses últimos testes já possuem a tecnologia necessária para atender aos requisitos legais e ambientais que entrarão em vigor a partir de 2020.

A unidade representa um dos principais núcleos de inovação e desenvolvimento da Honda fora do

eixo Japão-Estados Unidos. Suas atividades são desenvolvidas de acordo com as estratégias globais da empresa, mas sem perder de vista o atendimento às demandas específicas dos países da região. Entre as suas principais iniciativas está o aumento do índice de nacionalização dos componentes e das tecnologias aplicadas no desenvolvimento de produtos locais.

Um ano de estreias



Carro do Ano de 2017

O Novo Civic Geração 10 representa um dos mais complexos e ambiciosos projetos da Honda, exigindo um comprometimento sem precedentes dos recursos de pesquisa e desenvolvimento e da engenharia da marca.

Lançada em agosto de 2016, essa geração representa a maior e mais extensa renovação do modelo em toda sua história, que resultou na criação de um automóvel mais sofisticado, espaçoso, seguro e tecnológico, com eficiência e desempenho. O lançamento também marca o primeiro motor turboalimentado da Honda comercializado no país. A versão Touring do Civic traz ao Brasil o 1.5 Turbo de 173 cv, motor que emprega a tecnologia de turbocompressor com injeção direta, que resulta em baixo consumo de combustível e baixa emissão de poluentes.

Primeiro modelo com desenvolvimento liderado pelo time brasileiro

O WR-V é um importante marco na história da Honda Automóveis no Brasil. O veículo da categoria SUV é o primeiro automóvel com desenvolvimento liderado pela área de P&D de Sumaré e traz características de suspensão, design e versatilidade aderentes às necessidades específicas do mercado local.

Pioneirismo no setor de motocicletas

O investimento em inovação tecnológica garante o diferencial competitivo das motos Honda. A empresa tem sido pioneira no mercado desde 1976, quando iniciou a fabricação no País. Em 1981, se destacou ao lançar a primeira motocicleta movida a etanol do mundo e, em 2009, ao apresentar o primeiro veículo sobre duas rodas bicomustível do planeta. Em 2013, inaugurou as novas instalações de seu Centro de Desenvolvimento e Tecnologia (CDT), localizado junto à fábrica de Manaus,

para fortalecer a pesquisa e criação de novas soluções para o mercado sul-americano. O CDT funciona como um polo tecnológico multidisciplinar. No local, cerca de 200 profissionais são responsáveis desde a concepção, desenvolvimento e validação do produto até a sua manufatura. A unidade possui infraestrutura de avaliação de produtos, como um campo de provas que simula as mais variadas condições de uso dos veículos, laboratórios de testes de motor, emissões de gases e durabilidade.

Historicamente, a Honda implantou, no segmento de motocicletas, inovações tecnológicas como injeção eletrônica, sistemas de escape com novos catalisadores, motor bicomustível, mapas de injeção com o objetivo de reduzir os níveis de emissões de poluentes dos veículos e freios CBS (Combined Brake System, que reduz a distância de frenagem) para motos de baixa cilindrada.

CRF 1000L Africa Twin – A lenda voltou ao mercado nacional



O modelo CRF 1000L Africa Twin voltou ao mercado brasileiro com várias inovações tecnológicas e design marcante, especialmente projetado para dar liberdade de movimento ao piloto, com uma melhor aerodinâmica e pilotagem versátil. A motocicleta conta com um inédito motor bicilíndrico paralelo de 999 cilindradas, controles de acionamento do freio ABS e de tração HSTC, que permite ao cliente selecionar quatro níveis de controle, além de embreagem deslizante. Estas tecnologias contribuem para uma melhor experiência de pilotagem, com mais segurança e conforto seja para viagens ou uso na cidade, além de possibilitar integração entre as necessidades do on-road e off-road. O Brasil é o único país a produzir a Africa Twin fora do Japão.

Segurança do produto

PR2

Expansão de tecnologias para uma mobilidade mais segura

Qualidade e segurança andam juntas nos produtos da marca Honda. São princípios que fazem parte da estratégia da empresa e que definem as suas linhas de atuação e desenvolvimento tecnológico. Além disso, tonaram-se diferenciais de mercado e atributos de reputação da empresa, contribuindo para que a Honda seja reconhecida como uma marca de excelência. São pilares da sustentabilidade de uma companhia que almeja ser cada vez mais desejada pela sociedade e fator de escolha dos consumidores, em um segmento altamente competitivo.

Para os produtos comercializados na América do Sul, são considerados aspectos como demandas do cliente, avaliações por terceiros, legislação e tendências. Com base nisso, é elaborado um plano de aplicação de itens de segurança. O objetivo é antecipar a introdução de novas tecnologias e estar sempre na vanguarda da indústria local, oferecendo esses diferenciais massivamente, em todo o portfólio de produtos. Essa estratégia é revisada constantemente e levada em conta no plano de negócios da empresa.

Para assegurar o reconhecido atributo de segurança dos produtos, a Honda realiza o monitoramento sistematizado e permanente de todos os seus indicadores de desempenho, atividade que é acompanhada de perto pela alta direção da empresa. O processo permite atuar de forma preventiva e antecipar-se na identificação de melhorias que possam contribuir ou prejudicar a boa reputação e competitividade da marca.

Respeito e compromisso com o cliente

PR2

Por meio do monitoramento dos produtos já inseridos no mercado, é possível identificar situações que possam afetar a segurança dos usuários. Se este for o caso, são tomadas medidas proativas para corrigir os desvios, como as campanhas de chamamento (recall). Este processo segue rigorosamente as normas globais da empresa e é executado em conformidade

com a legislação vigente. Todos os componentes afetados são substituídos ou reparados sem ônus ao cliente e as concessionárias ressarcidas.

A taxa de retorno dos veículos envolvidos em campanhas de recall é impactada diretamente pelo tempo de vida do produto, pois, quanto mais antigo, maior o esforço

para a localização do proprietário atual para que possa ser feito o reparo. De forma pioneira, a Honda vem intensificando as ações na mídia (TV, rádio, jornais e mídias sociais), além de parcerias com seguradoras, empresas de cobrança automática de pedágio, Detran-SP, entre outras. Este esforço tem garantido uma evolução considerável nos índices de retorno.

Recalls Honda
(1º de abril de 2016 a 31 de março de 2017)

Automóveis

Modelo	Motivo	Quantidade de Veículos	% Reparados
Fit, City, Civic e Accord	Substituição do insuflador do airbag do passageiro	34.530	20,3%
Fit	Substituição do tanque de combustível	842	50,8%
Fit, City, Civic, CRV e Accord	Substituição do insuflador do airbag do passageiro	325.130	24,1%

Motocicletas

Modelo	Motivo	Quantidade de Veículos	% Reparados
GL 1800 Gold Wing	Substituição do insuflador do airbag	80	47,5%
GL 1800 Gold Wing	Substituição do insuflador do airbag	324	43,8%

Taxa de retorno consolidada de todas as campanhas lançadas no último ano fiscal	Honda Automóveis do Brasil= 45,6%
	Moto Honda da Amazônia= 66,4%



Qualidade e segurança em automóveis

PR2

Testes de impacto realizados pelo Latin NCAP para automóveis:

Os automóveis Honda ocupam as melhores posições nas avaliações do Programa de Avaliação de Carros Novos para a América Latina e Caribe (Latin NCAP). Por meio da iniciativa, os consumidores podem obter informações independentes e transparentes sobre os níveis de segurança dos modelos disponíveis no mercado.



Automóveis

Além da busca constante na melhoria da eficiência energética, a Honda também se empenha na redução de emissão dos poluentes. Todos os automóveis da marca comercializados no Brasil obtiveram a classificação A do IBAMA, o que significa que os valores de emissões de poluentes estão atendendo abaixo de 60% dos limites legais.

Motocicletas

No segmento de motocicletas, a nova scooter SH 150i tem entre seus principais destaques uma tecnologia que garante a economia de combustível por meio do sistema Idling Stop, que desliga o motor automaticamente em situações que seu uso não é necessário. Sucesso há 33 anos na Europa, o modelo foi lançado no Brasil em 2017 seguindo a tendência mundial de oferecer o máximo em eficiência, praticidade e

agilidade com baixos custos durante os deslocamentos urbanos.

Além disso, a empresa possui seis modelos bicomustíveis no mercado brasileiro, que juntos representam aproximadamente 60% das vendas no país - uma importante inovação tecnológica no segmento, que contribui para a redução de emissões de gases de efeito estufa (GEEs), compromisso global da marca.



Produtos de Força

Em Produtos de Força, a Honda passou a comercializar no Brasil a roçadeira: UMK435T UEBT, equipada com motor 4 tempos, diferenciando-a em um mercado dominado pela motorização 2 tempos. Com alto desempenho, elevado torque em baixas rotações e níveis baixos de emissão sonora, o motor possui tecnologia de lubrificação rotativa, que garante a operação em qualquer posição (360°) de uso. Além disso, pode operar com gasolina comum, sem necessidade de óleo adicionado ao tanque de combustível. O resultado é um conjunto que não emite fumaça do escape, reduzindo o impacto ao meio ambiente.

Satisfação do cliente

Produtos e serviços para melhorar a vida das pessoas

PR5

O respeito ao consumidor e a garantia de sua plena satisfação com os produtos e serviços da companhia fazem parte da crença e da filosofia de atuação da Honda. Por isso, a empresa trabalha para oferecer produtos de mais alta qualidade e com preços justos, além de buscar fortalecer cada vez mais o relacionamento com os clientes para identificar possíveis pontos de melhoria no processo de venda e pós-venda.

A partir desses objetivos, nos últimos três anos a empresa desenvolveu e implantou o myHonda, uma estratégia

única e exclusiva de relacionamento que combina o CRM (*Customer Relationship Management* ou, em português, Gestão do Relacionamento com o Cliente) com a filosofia Honda. Dessa forma, é possível entender com mais rapidez e de forma mais aprofundada o perfil, o comportamento e as necessidades dos clientes, estabelecendo uma relação individualizada e reforçando a confiança para um atendimento mais assertivo e personalizado.

Por meio do myHonda, todos os clientes que adquirem um produto

ou realizam algum serviço na rede de concessionárias Honda são convidados a manifestarem sua experiência respondendo a uma pesquisa online. Os resultados são monitorados em tempo real e ajudam a companhia a reconhecer virtudes e identificar oportunidades de melhoria de forma ágil, recuperando assim eventuais clientes insatisfeitos. Além das pesquisas de satisfação, a plataforma também realiza a gestão de leads, o atendimento ao cliente, campanhas de marketing, gestão de mídias sociais e o portal myHonda.



05

Cadeia de Suprimentos

Fortalecimento das relações para o desenvolvimento conjunto

G4-12

A Honda considera que a escolha de bons fornecedores é um dos elementos fundamentais para a manutenção do seu padrão de qualidade reconhecido em todo o mundo. O relacionamento da companhia com a sua cadeia de suprimentos se dá por meio de ações de comunicação baseadas, sobretudo, na transparência, com foco no cumprimento dos contratos, no crescimento conjunto e na redução de riscos.

A gestão dos fornecedores começa com o processo de seleção realizado de acordo com as diretrizes globais definidas pela sede no Japão. Entre essas regras, estão as especificações de qualidade das matérias-primas adquiridas pela empresa. Há ainda outros critérios como a gestão ambiental no processo produtivo do fornecedor uma vez que o padrão Honda de seleção dos parceiros é definido pela sigla QCDEFS (que

em português significa: Qualidade, Custo, Entrega, Gerenciamento, Meio Ambiente, Financeiro e Segurança).

Quando contratadas, as empresas assinam o Acordo Geral de Compras, que estabelece as regras de relacionamento entre ambas as partes e durante o período de vigência do contrato são realizadas avaliações mensais baseadas nos critérios QCDEFS.

Avaliações dos fornecedores Honda

EN32, HR5, HR6



Gerenciamento de risco que avalia a saúde financeira do fornecedor, entrega no prazo correto e quantidade solicitada.



Auditoria de QAV1* que avalia se o sistema de gestão da qualidade do fornecedor está de acordo com as normas vigentes.



Auditoria de QAV2* que avalia o processo para que a qualidade exigida seja atendida e esteja de acordo com os requisitos legais.

* QAV – sigla em inglês para Visita de Auditoria de Qualidade.

Os dados levantados nas ações de gerenciamento de risco e auditorias são avaliados mensalmente por meio da ferramenta PDCA*, onde é realizada a análise crítica dos resultados, traçando planos de ações com melhorias ou correções em casos de desvios. Em relação aos indicadores de custo, é medido o atendimento das metas definidas pela empresa.

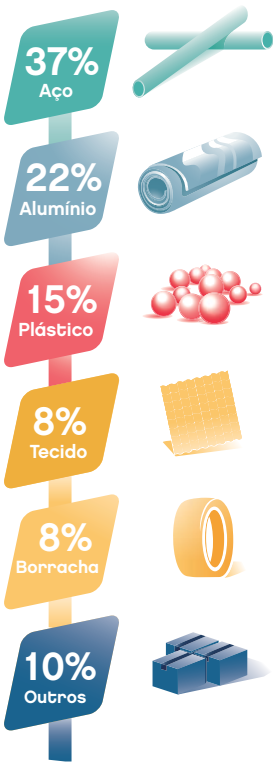
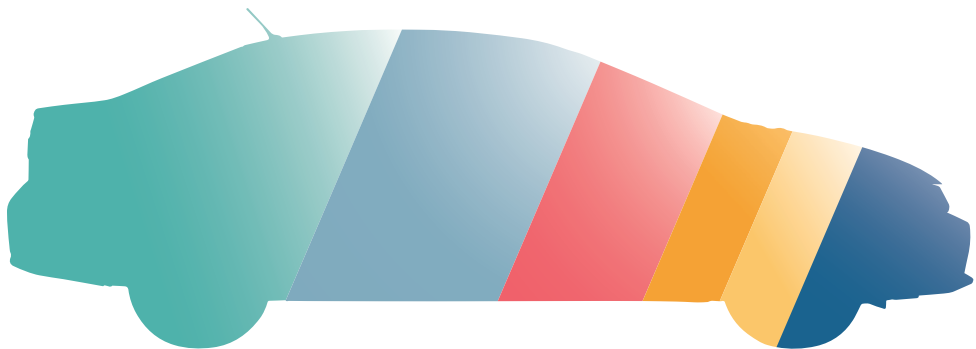
A constante busca pela nacionalização de itens e o aumento da competitividade reforçam a importância do fortalecimento das parcerias e do contínuo processo de melhoria da marca. Por isso, anualmente a Moto Honda da Amazônia e a Honda Automóveis do Brasil realizam encontros com seus principais fornecedores para reconhecer e premiar aqueles que mais se destacaram em suas

áreas de atuação - um estímulo para aprimorar cada vez mais os bons resultados. No início de 2017, a Moto Honda da Amazônia e a Honda Automóveis do Brasil premiaram 18 e 33 parceiros, respectivamente. Para chegar ao resultado, foram levados em consideração critérios como qualidade, entrega, atendimento, custos, preservação do meio ambiente, desempenho em divisão de peças, entre outros.

Automóveis

G4-12, EN1, EN32

No ano de 2016, a cadeia de fornecedores de automóveis contou com 150 parceiros ativos, dos quais 50% foram contratados com base em critérios ambientais. No mesmo período, 15 novas empresas passaram a integrar este grupo, sendo que os critérios ambientais também nortearam 50% das contratações.

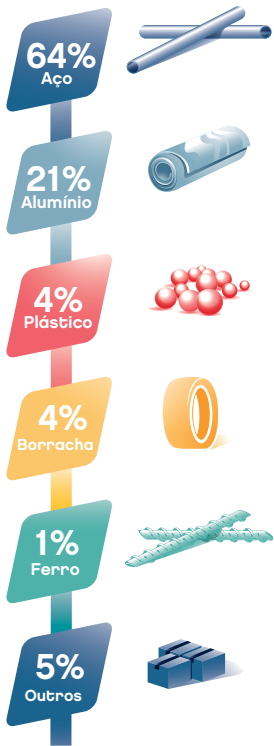
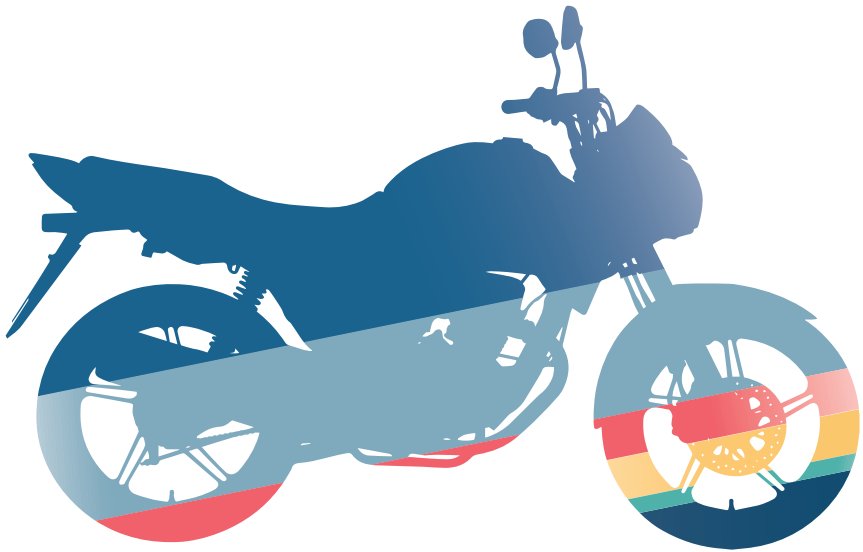


*PDCA - Sigla em inglês para Plan, Do, Check and Act (Planejar, Fazer, Verificar e Agir).

Motocicletas

G4-12, EN1, EN32

O total de empresas integrantes da cadeia de fornecedores da unidade de motocicletas, em 2016, foi de 108, sendo que quatro foram contratadas durante o ano. Entre essas empresas, 50% foram contratadas com base em critérios ambientais.



Todas as fundições de Tântalo, Tungstênio, Estanho e Ouro dentro da cadeia de suprimentos de ambas as empresas estão inseridas na lista da CFSI (sigla de Conflict Free Smelter Initiative, que em português significa Iniciativa de Fundação Livre de Conflitos), certificação que permite a todas as partes da cadeia de abastecimento identificar fontes de minerais fora de áreas de conflitos sociais.

06

Governança Corporativa

Gestão baseada na ética corporativa e transparência de processos

G4-34, G4-38

A governança corporativa da Honda South America é estruturada a partir do Departamento ESG, sigla em inglês para Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Governança Corporativa. A área é responsável por coordenar os processos de prevenção e conscientização para o alcance da conformidade e respeito às leis e

regulamentos. A empresa divide a área de Governança Corporativa por meio de três ferramentas de gestão, que funcionam como pilares para sua atuação: governança, risco e conformidade. Cada um deles possui funções definidas, equipes próprias e, quando necessário, contam com o auxílio de consultorias específicas.



O Departamento ESG é responsável por coordenar os processos de prevenção e conscientização em conformidade e respeito às leis e regulamentos

Pilares

Governança	Padrão de conduta e ética empresarial.
Riscos Corporativos	Identificação e avaliação de riscos para os negócios, definição de medidas de mitigação, eliminação ou transferência dos riscos.
Conformidade	Atendimento aos requisitos legais, aos regulamentos e às políticas, normas e procedimentos internos.

Sistemas de avaliação de governança utilizados pela Honda

G4-34

Os resultados das ações promovidas pela empresa com foco no respeito aos pilares de governança são avaliados constantemente por meio de sistemas que seguem padrões internacionais de governança:

- Sistema de gestão corporativa dos processos: autoavaliação realizada pelos gestores (100% gerentes e acima) sobre os sistemas e operação dos processos.
- Sistema de gestão específica dos processos: controles internos SOX sobre processos relevantes de negócios e tecnologias (mais de 90 processos documentados e revisados anualmente), que são submetidos à Certificação SOX por

auditoria independente.

- Sistema de normas e conduta: políticas e procedimentos corporativos, disponíveis em intranet ou diretórios próprios para acesso ao público interno.
- Estrutura de código de ética, sigilo de informações e padrão de conduta formal, todos disseminados por treinamentos e pela gestão.

Prevenção à corrupção e fraude

G4-56, SO5, SO8

A Filosofia e o Código de Conduta da Honda têm como alicerces a ética, a transparência e a responsabilidade na condução dos negócios da empresa – um compromisso assumido também por todos os colaboradores, que devem pautar suas ações e sua conduta nas diretrizes da companhia. Com esse foco, a Honda realiza uma gestão dos processos de prevenção

à fraude que propiciam ambientes seguros e livres de perdas financeiras, além de evitar danos à reputação da marca. O Departamento ESG estabeleceu processos de verificação dos controles internos que envolvem ações específicas sobre prevenção à fraude, por meio da identificação das áreas críticas e testes de SOX. Para deixar claro e transparente o

seu posicionamento sobre a ética nos negócios, a empresa implantou a Política Corporativa de Prevenção à Corrupção e realiza treinamentos, regularmente, sobre o tema. Os conhecimentos do conteúdo desta política são avaliados anualmente, por meio dos processos de SOX e questionário de autoavaliação aplicado aos gestores.

Práticas anticompetitivas

G4-56, SO7

O combate às práticas anticompetitivas faz parte do Código de Conduta da empresa. Todos os colaboradores devem seguir as orientações de defesa da concorrência, prevenção a infrações contra a ordem econômica nas

operações da Honda, nas práticas comerciais e nas interações com concorrentes e/ou parceiros de negócios, diretamente ou por meio de associações de classe, em consonância com a legislação em vigor nos países da América do Sul.

Para fortalecer ainda mais a cultura de combate a atividades anticompetitivas, a Honda publicou a Política de Defesa da Concorrência em todas as unidades de negócio na América do Sul. A sua disseminação ocorrerá por meio de treinamentos e outras atividades, começando pelas áreas críticas.

Respeito à legislação nacional e padrões internacionais

G4-56, EN29, PR9

A Honda é comprometida com o respeito à legislação de todos os países onde atua e com os padrões internacionais. Além do seu Código de Conduta, a empresa estabeleceu políticas corporativas voltadas para o combate a crimes como trabalho

em situação análoga à escravidão, lavagem de dinheiro e, como já citado, fraudes, corrupção e práticas anticompetitivas.

O Departamento ESG também é responsável por estabelecer

sistemas e operações eficazes que evitem ações de desrespeito às leis. Algumas áreas contam com estruturas específicas de atendimento e controle de legislações como, por exemplo, a atividade bancária.

Canal e Comitê de Ética

G4-56

A empresa estabeleceu o Canal de Ética, um meio de comunicação direta entre o colaborador e a direção da empresa, que serve para expressar, de forma anônima ou não, denúncias, reclamações e sugestões com base no Código de Conduta. Todas as manifestações são submetidas à avaliação e providências pelo Comitê de Ética, com o objetivo de garantir o contínuo aprimoramento dos padrões de comportamento ético.



07

Impactos na
SociedadeContribuição para o futuro
das próximas gerações

SO2

Do modo de ser, pensar e agir da Honda, nasceu o lema Together for Tomorrow (Juntos pelo Amanhã, em português). Adotado mundialmente pela empresa, por meio dele a Honda demonstra a importância das relações que mantém com toda a sociedade. Sua construção foi baseada em quatro pilares - Meio Ambiente, Educação, Comunidade e Segurança no Trânsito – que ajudam a companhia a direcionar as ações em prol do desenvolvimento social, econômico e ambiental com foco em ajudar na construção de um mundo melhor e mais justo para as gerações futuras.

Entre os programas sociais desenvolvidos pela empresa, destacam-se iniciativas realizadas em diferentes regiões onde a Honda está instalada, como as apresentadas na página a seguir.



Visão

A Honda valoriza o compartilhamento da alegria com as pessoas ao redor do mundo por meio de atividades socialmente responsáveis.

Orientações
Globais

Trabalhando para criar uma sociedade futura em que todas as pessoas possam perseguir seus sonhos, a Honda:

- Apoia a educação de jovens para o futuro.
- Trabalha para preservar o meio ambiente global.
- Promove segurança no trânsito por meio de educação e treinamento.

Princípios
Básicos

Com uma visão global, a empresa contribui para o bem-estar das comunidades locais pelo mundo afora, por meio de produtos e tecnologias que beneficiem a sociedade. Assim, a Honda aprofunda seu compromisso com todas as comunidades nas quais realiza negócios, cultivando uma sociedade em que indivíduos dedicados e perseverantes participam ativamente de atividades socialmente responsáveis.

Projetos Sociais

Circuito da Ciência

S01

O projeto difunde entre os alunos de escolas públicas de Manaus (AM) os princípios e as oportunidades do mundo da ciência. Por meio de atividades lúdicas, os estudantes aprendem sobre o respeito ao meio ambiente e a interação do homem com a natureza. Em 17 anos, o projeto recebeu cerca de 60 mil estudantes de escolas municipais e estaduais. O Circuito é patrocinado pela Moto Honda Amazônia e realizado pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) com apoio do Governo do Estado.

Em 2016, durante a programação da Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, promovida pelo Instituto, os participantes do projeto receberam mais informações sobre o Laboratório dos Mamíferos Aquáticos (LMA), que atua em parceria com a Associação Amigos do Peixe-boi (Ampa); sobre o projeto Ecoethos, um jogo que simula situações nas quais o cidadão precisa exercer a criatividade em prol da sustentabilidade; além de participarem da trilha do conhecimento, onde aprenderam sobre espécies da fauna e flora local.

60 MIL

alunos atendidos no circuito da ciência em 17 anos de projeto.

Honda e Bachiana Filarmônica

A Honda é apoiadora, desde 2011, do Projeto de Musicalização e Formação de Instrumentistas em Comunidades Carentes, iniciativa que atende a comunidade de Paraisópolis, zona sul de São Paulo, sob a liderança do maestro João Carlos Martins e sua orquestra. Todos os anos, o projeto atende cerca de 90 jovens em situação de vulnerabilidade social com aulas de música clássica. Os participantes têm a oportunidade de aprender a tocar instrumentos e de se desenvolver como profissionais da arte, se assim desejarem. O objetivo da ação é mudar a vida de jovens carentes por meio da educação e cultura.

Construindo um futuro mais sustentável

Mais de 8 mil alunos do ensino fundamental da Argentina participaram de workshops realizados por um time de 94 colaboradores Honda, que atuaram como voluntários para a disseminação dos valores que formam os quatro pilares sociais da marca. O último ano fiscal marcou a 4ª edição da iniciativa, que acontece nas cidades de Pacheco e Campana, locais onde a Honda possui operações.

Profissionalização para o futuro da comunidade

S01, S02

Os moradores do bairro de Areias, no Recife (PE), enfrentam muitas dificuldades socioeconômicas, entre elas o baixo nível de acesso à educação. Ao instalar seu Centro de Treinamento, há 11 anos, naquela região, a Honda identificou a necessidade de ações que estimulassem e preparassem os jovens de Areias para encontrar uma profissão. Em 2007, a empresa iniciou o Curso de Formação de Profissionais. Realizado nas instalações da marca, o curso é dividido em aulas técnicas de mecânica de automóveis e motocicletas e módulos sobre saúde, relações familiares, informática, trabalho, meio ambiente, segurança no trânsito e a importância do trabalho voluntário.



70%

dos participantes estão empregados

O processo de seleção dos jovens que participam do curso anual começa com a análise dos critérios básicos como idade, escolaridade e vulnerabilidade social. Os candidatos devem ter entre 18 e 20 anos e estar cursando ou concluindo o ensino médio. As etapas seguintes envolvem prova escrita, dinâmicas de grupos e visitas às famílias. Entre os anos de 2007 e 2016, 194 pessoas foram beneficiadas. Dessas, mais de 70% estão empregados e atuam em diferentes funções, inclusive em concessionárias Honda.

Segurança no Trânsito

S01, S02

A Honda acredita que não basta oferecer produtos de qualidade e alta tecnologia. Para oferecer uma experiência satisfatória ao consumidor, é preciso garantir as condições para que os veículos sejam utilizados com segurança, ainda mais em cidades onde o trânsito intenso de automóveis, motocicletas e outros veículos pode impactar na segurança dos usuários e terceiros. Diante desse cenário, a Honda atua ativamente e promove atividades de segurança no trânsito em todos os continentes, realizando ações

de acordo com as características e situações de tráfego de cada País.

Para tanto, a companhia conta com três unidades – Indaiatuba (SP), Recife (PE) e Manaus (AM) – do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH) no Brasil, cujas equipes são responsáveis por disseminar, através de aulas práticas e teóricas, conceitos de segurança no trânsito e pilotagem segura de motocicletas. A empresa também marca presença na América do Sul por meio das unidades do CETH da Argentina e Peru.

30 MIL

pessoas participaram das atividades de segurança no trânsito realizadas pela Honda na América do Sul.

Harmonia do trânsito

Sempre com foco em disseminar os conceitos de pilotagem segura, a Honda mantém o portal Harmonia do Trânsito, um canal onde todos podem ter acesso a conteúdos gratuitos com dicas de trânsito para motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres por meio de apostilas, vídeos, exercícios e animações 3D. Além disso, ainda é possível fazer download de apostilas sobre técnicas fundamentais e avançadas de pilotagem com segurança on e off-road e de quadriciclos.



+ INFO

Para saber mais sobre os conteúdos disponíveis, acesse honda.com.br/harmonianotransito



Motociclista Legal

S01

A Honda acredita na convivência harmônica entre todos os participantes do trânsito: pedestres, motociclistas, motoristas e ciclistas. Por isso, no Brasil, reuniu dois de seus mais importantes pilares - Comunidade e Segurança no Trânsito - para criar o novo programa Motociclista Legal. Disponível nas

três unidades do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH) no País, o projeto convida os participantes dos treinamentos gratuitos de pilotagem a contribuir com a doação de alimentos não perecíveis. Ao final do curso, a doação é levada para uma instituição de caridade e entregue por um motociclista

formado pelo CETH. A entidade é escolhida pelos alunos, em parceria com a Honda, e pode estar baseada em qualquer cidade ou estado do País. Com essa iniciativa, a empresa arrecadou mais de 4 toneladas de alimentos até o final de março de 2017.

Clubinho Honda

S01

Educação no trânsito começa na infância. Para contribuir com essa empreitada, a Honda criou, em 1992, o projeto “Clubinho Honda – Trânsito Amigo”. A iniciativa tem o objetivo de ensinar a importância da boa convivência no trânsito entre pedestres, ciclistas, motoristas e motociclistas, de forma leve e divertida. O programa possui uma versão digital, onde pais, professores e crianças têm à disposição manuais, histórias em quadrinhos, filmes e games. Em todos os materiais, o super-herói e a turma do Clubinho Honda simulam situações reais do trânsito ensinando lições importantes

sobre segurança.

Para saber mais, acesse:

www.honda.com.br/clubinhohonda

Em 2012, o Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH) de Indaiatuba (SP) inaugurou a Cidade Mirim do Clubinho Honda em suas dependências. O espaço, aberto a crianças de escolas públicas e privadas do município, reproduz uma cidade com a intenção de transmitir conceitos de educação no trânsito. No local, os pequenos estudantes têm aulas práticas usando motos elétricas de brinquedo. A iniciativa ainda é compartilhada com

as comunidades de outras regiões do Brasil e conta com o apoio da rede de concessionárias Honda, que promove, periodicamente, atividades educativas, distribuindo gibis e livrinhos de brincadeiras para a criançada de todo o País.

No último ano fiscal, o Clubinho Honda realizou 63 ações educacionais para o público infantil, totalizando 1.256 crianças atendidas no Brasil. Também neste período, as unidades do CETH de Manaus (AM) e Recife (PE) inauguraram seus espaços dedicados ao público infantil.



08

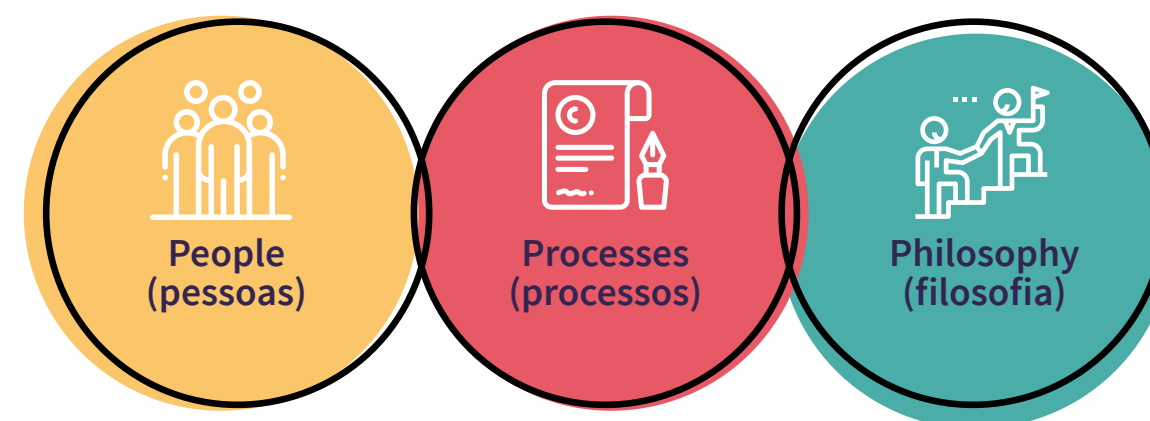
Práticas Trabalhistas

Respeito e valorização das ideias individuais

HR3

Um dos pilares do negócio bem-sucedido da Honda é o olhar para quem o faz todos os dias, seus colaboradores. A companhia desenvolve as suas atividades com base nos 3 Ps, cujo significado é People (pessoas), Processes (processos) e Philosophy (filosofia). Os 3Ps formam o pilar do modelo de gestão do trabalho na Honda. A empresa é dirigida pelos seus colaboradores, que tem como filosofia de trabalho o desenvolvimento, a iniciativa e o trabalho em equipe.

Pilares do modelo de gestão Honda



O relacionamento da Honda com os seus colaboradores é baseado no estímulo aos sonhos e à manutenção do espírito jovem. São essas características que permitem à empresa inovar e ser sempre contemporânea. Vale destacar que a cultura corporativa da companhia encoraja a livre manifestação das equipes sobre suas potencialidades e interesses em adquirir novas competências para o seu desenvolvimento.

LA1, LA10

Exemplos de programas voltados para o desenvolvimento dos colaboradores Honda:

- **GAP (Global Assignment Program)** - programa estratégico de desenvolvimento internacional com foco em capacitar os profissionais para atuar em um ambiente globalizado e liderar as mudanças estratégicas na Honda. No último ano fiscal, 16 colaboradores da Honda participaram do GAP em períodos de desenvolvimento que variaram de um mês a dois anos no Japão, nos Estados Unidos e em outros países.
- **NHC (New Honda Circle)** - programa mundial que promove a troca de experiências e contribui com ideias para

otimizar recursos e melhorar os processos internos e a qualidade do ambiente de trabalho. Todos os anos, o NHC reúne grupos de colaboradores formados em todas as unidades da empresa na América do Sul e no mundo. Em 2016, foram inscritos 1.796 grupos, sendo que quatro ficaram entre os melhores e participaram da Convenção Mundial na China.

- **Novos Caminhos** - O compromisso da empresa com os seus colaboradores vai além do período em que estão ativos. Entre as ações promovidas pela empresa, destaque para o Programa Novos Caminhos,

dedicado aos funcionários com idade a partir de 55 anos. Estruturado em treinamentos sobre finanças e carreiras, a iniciativa tem duração de cinco anos e prepara os colaboradores para que se mantenham saudáveis e ativos após a aposentadoria de acordo com os seus desejos. Ainda dentro do Programa, a área de Recursos Humanos presta assistência para as questões burocráticas e financeiras da aposentadoria, tanto em relação à previdência pública quanto em relação ao PreviHonda, o que facilita o planejamento financeiro dos futuros aposentados.

A Honda também busca desenvolver as lideranças para melhorar a gestão das pessoas, enfatizando para isso as práticas de comunicação aberta. Nesse sentido, a companhia trabalha fortemente na retenção de talentos por meio da formação de executivos internamente, valorizando o trabalho de quem já faz parte da equipe. Um bom exemplo desse desenvolvimento de talentos internos está no próprio presidente da Honda Brasil, que construiu sua carreira dentro da empresa e hoje é um dos integrantes do board global, além de ser CEO da América do Sul.

EDP (Executive Development Program)

Desenvolvido em parceria com o ISE Business School, o treinameno oferece uma grade diversificada de atividades que garantem uma formação completa aos participantes. Executivos de diferentes áreas do negócio interagem entre si sob uma perspectiva que contempla a visão do macroambiente da indústria automotiva e se aprofundam em análises financeiras da organização.



Igualdade

Na Honda, valoriza-se um ambiente de trabalho aberto, com autonomia e equidade entre todos. Por isso, nenhum colaborador, nem mesmo os diretores e membros da presidência, possuem salas separadas. Para reforçar ainda mais esses valores de paridade que fazem parte da filosofia da empresa, todos aqueles baseados em unidades fabris utilizam uniforme branco, inclusive a área administrativa e alta direção, o que também destaca os atributos de organização, limpeza e qualidade, muito valorizados pela Honda em todas as plantas distribuídas pelo mundo.



Associação Coletiva

G4-11, HR4

A relação da Honda com os seus colaboradores se estabelece dentro dos princípios de confiança e respeito. Assim, a comunicação da empresa com os sindicatos representantes dos seus times acontece de forma transparente e proativa. Os valores da companhia garantem o direito à livre associação sindical e políticas de portas abertas para promoção de diálogo constante.

“

100% dos colaboradores da Honda South America são cobertos por acordos de negociação sindical.

”

09

Saúde e Segurança Ocupacional

Bem-estar e qualidade de vida no ambiente de trabalho

LA6, LA8, PR1

As relações de trabalho entre a Honda e seus colaboradores são pautadas pelo cuidado com o bem-estar e qualidade de vida. Para isso, a empresa realiza investimentos constantes em ações voltadas para a segurança e saúde do trabalhador, sendo que todas as medidas respeitam a legislação vigente e a regulamentação do setor.

A gestão da área de Saúde e Segurança é fundamental para o crescimento da empresa e, por isso, também apoia o plano estratégico da companhia. Seguindo essas premissas, as fábricas de automóveis e motocicletas realizam atividades e treinamentos voltados à capacitação e reciclagem da brigada de emergência e segurança na operação.

Esse compromisso com a prevenção de acidentes é responsabilidade de todos. Além disso, a alta administração possui papel importante nesse processo, apoiando iniciativas e proporcionando recursos para a idealização e realização de programas preventivos.

Sem segurança não há produção

As palavras do fundador da empresa, Soichiro Honda, ilustram claramente a preocupação e responsabilidade da empresa diante de seus colaboradores. Assim, para garantir que todos os processos sejam livres de acidentes e incidentes, a companhia utiliza metodologias e ferramentas para a análise do ambiente de trabalho, identificando riscos potenciais e adotando medidas preventivas para atingir a meta “acidente zero” em todas as unidades produtivas.

A eficiência desses programas é medida por meio de índices específicos, controlados mensalmente e comparados aos resultados de outras montadoras e das unidades globais da Honda.

Os resultados históricos da empresa quanto aos índices de acidentes demonstram claramente o envolvimento e engajamento de todos na gestão dos riscos e nas medidas de prevenção adotadas. No Brasil, esses resultados têm se mostrado positivos, com uma redução do número de acidentes nos últimos oito anos.



Destaques de Segurança

Programa Acidente Zero

Entre os destaques da Honda Automóveis do Brasil no último ano fiscal está a criação do Programa Acidente Zero, que soma mais de 20 ações específicas para prevenção de acidentes no ambiente de trabalho. O projeto Bottom Up, em

que cada colaborador pode sugerir melhorias por meio de um canal de comunicação exclusivo, as avaliações cruzadas de segurança, que prevê a inspeção de diferentes gestores da fábrica para apontar potenciais riscos, as reuniões mensais de avaliação

dos indicadores e os planos para mitigação dos acidentes futuros estão entre as atividades promovidas dentro do programa. Nestas ações, a empresa conta com a participação de 100% dos colaboradores, do operador da fábrica à alta direção.

Academia de Segurança

Entre os principais desafios da Moto Honda da Amazônia no último ano foi a implementação da Academia de Segurança, que consiste em

um espaço para treinamento de percepção de riscos a partir da utilização de simuladores. O objetivo principal da iniciativa é elevar a

consciência dos colaboradores para que façam suas atividades com o máximo de zelo e rigor, assegurando, dessa forma, sua saúde e bem-estar.

Destaques de Saúde

Mantendo a melhor postura

Em relação à saúde dos seus colaboradores, uma das principais medidas da Honda está relacionada à ergonomia. Por isso, além

do cumprimento das normas regulatórias, a Honda reforça medidas de prevenção e tratamento nessa área e mantém uma

Comissão Interna de Ergonomia, cuja equipe atua a partir da Análise Ergonômica do Trabalho (AET).

Atendimento de qualidade e especializado

A fábrica de motocicletas da Honda, em Manaus (AM), conta com um moderno Ambulatório de Especialidades para o atendimento de seus colaboradores. As instalações possuem infraestrutura onde os funcionários são atendidos

em casos de urgência, além de contarem com diferentes especialidades médicas para atendimentos de rotina, como cardiologia, ginecologia, fisioterapia, entre outros. Destaque para a fisioterapia, que tem capacidade

para atender cerca de 130 pacientes por dia. São sete fisioterapeutas que cuidam de patologias como tendinite, lesões do esporte e neurológicas, além de realizarem tratamentos pré e pós-operatórios.

RPG - Reeducação Postural Global

A Reeducação Postural Global atua na promoção à saúde e prevenção de doenças. O atendimento é personalizado e trata o corpo como um todo, reorganizando seus

segmentos com exercícios que alongam e tonificam a musculatura. O ganho é melhoria de patologias relacionadas à coluna e respiratórias, entre outros. Com o RPG, o

colaborador pode melhorar o seu dia a dia e ganhar qualidade de vida nos momentos com a família.

Campanhas de Prevenção

Atuamos na prevenção por meio da orientação para conscientização de nossos colaboradores, além de vacinação anual para o Grupo Prioritário.

Temas das Campanhas:

- Campanha contra a Dengue: Orientações de cuidados com a residência e família.

- Campanha de orientação da gripe com disponibilização e vacinação contra a gripe para grupos prioritários.
- Carnaval seguro: Orientação para conscientização e distribuição de preservativos.
- Campanha Outubro Rosa: Orientação para a conscientização e disponibilização de exames

específicos de prevenção no Ambulatório de Especialidades.

- Campanha Novembro Azul: Orientação para a conscientização.

10

Performance Ambiental

Estratégia climática

EC2

A Honda considera como parte de sua estratégia de negócio as respostas às mudanças climáticas, as questões energéticas e a utilização eficiente de recursos para a definição de metas que minimizem os impactos ambientais gerados pelas suas operações, produtos e serviços. Dessa forma, trabalha com conceitos que garantem ações de responsabilidade ambiental em toda a cadeia produtiva.

Visão Ambiental e de Segurança da Honda

Concretizar a alegria e a liberdade da mobilidade e uma sociedade sustentável na qual as pessoas possam desfrutar a vida.

Com uma visão de futuro que vislumbra uma sociedade de mínimo impacto ambiental, para garantir o equilíbrio do nosso planeta, a companhia anunciou, em 2011, de forma global, o objetivo de reduzir pela metade suas emissões corporativas de CO₂ até 2050 em comparação com os níveis do ano 2000.

Alinhado a esta estratégia, o Brasil tem como grande destaque o parque eólico da Honda Energy do Brasil, primeiro do setor automotivo nacional e do grupo Honda no mundo. Localizado na cidade de Xangri-Lá, no Rio Grande do Sul, o complexo de nove turbinas teve um investimento de mais de R\$ 107 milhões e supre toda a demanda energética da unidade de Sumaré, no interior de São Paulo, onde estão localizados a fábrica de automóveis, o Centro de Pesquisa & Desenvolvimento de Automóveis

e o escritório sede da marca. A estrutura atende ainda o escritório administrativo da empresa em São Paulo (SP), além do centro logístico da LSL Transportes, empresa coligada, localizada em Paulínia (SP), responsável pelas operações de movimentação de materiais e abastecimento das linhas de montagem.

No último ano fiscal, o parque gerou 73.391 MWh, número 2,9% maior do que o marco obtido no ano anterior.

Desde a sua inauguração, em 2014, já foram gerados 207 mil MWh de energia elétrica, permitindo que a empresa deixasse de emitir mais de 18 mil toneladas de CO₂. O empreendimento ainda é o único do setor a obter o Certificado de Energia Renovável concedido pela ABEEólica (Associação Brasileira de Energia Eólica) e pela Abragel (Associação Brasileira de Geração de Energia Limpa). Além disso, por ser responsável pela geração da energia renovável utilizada na produção, o parque coloca a Honda Automóveis do Brasil como a única empresa do setor com o direito a utilizar o “Selo de Energia Renovável” em todos os seus automóveis.

Parque Eólico da Honda Energy

- Investimentos na ordem de R\$ 107 milhões.
- Desde 2014, já foram produzidos 207 mil MWh de energia elétrica.
- No último ano fiscal, geração de 73.391 MWh, número 2,9% maior que o período anterior.
- Desde a inauguração do parque, a Honda já deixou de emitir mais de 18 mil toneladas de CO₂.

Na mesma linha de redução das emissões de gases de efeito estufa, a fábrica de motocicletas em Manaus (AM) substituiu o uso de GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) por gás natural em seus processos internos. Esta ação permite com que a empresa deixe de emitir mais de 2.095 toneladas de CO₂ por ano, além de outros poluentes atmosféricos decorrentes da queima de gases fósseis.

Redução de emissões de CO₂

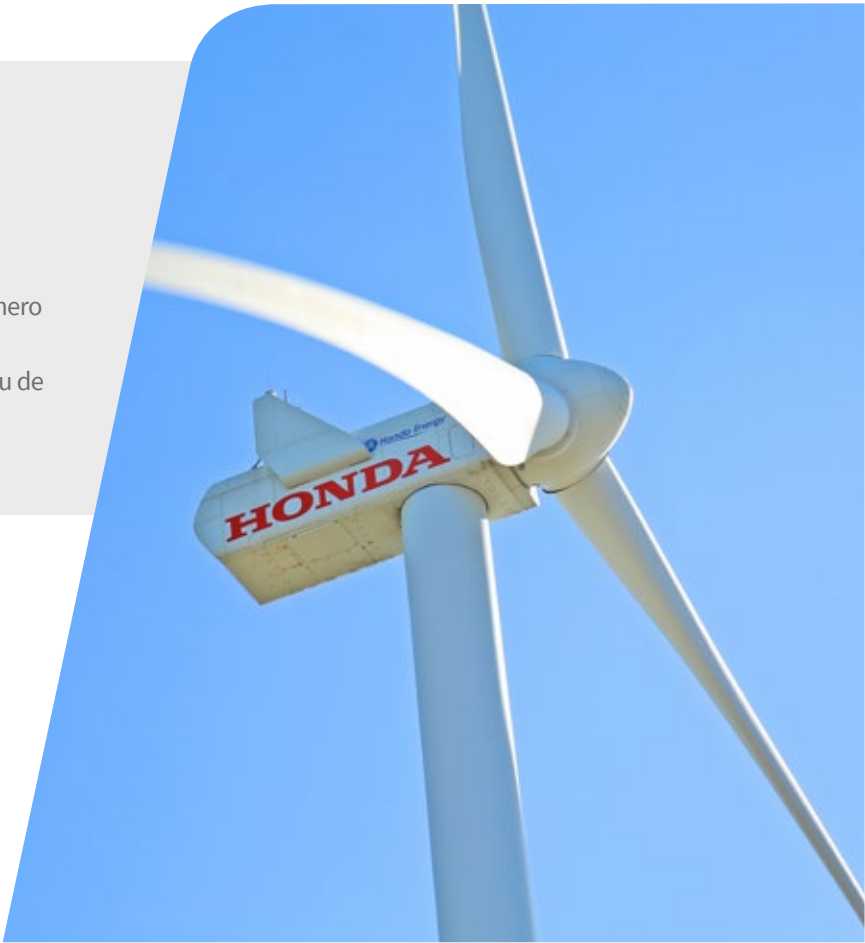
EN15, EN16, EN17

As emissões de gases de efeito estufa (GEE) das fábricas do Brasil são calculadas de acordo com a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol e verificadas por terceira parte. A metodologia do programa estabelece, por enquanto, o uso do fator de emissão do Grid Nacional para cálculo das emissões indiretas pelo

uso de eletricidade. Por esse motivo, as reduções de emissões associadas ao parque eólico de Xangri-Lá (RS) não são refletidas no inventário de emissões da Honda Automóveis do Brasil (HAB).

Desde 2011, a Honda Automóveis do Brasil realiza o registro e a publicação de seu Inventário de Emissões de Gases

do Efeito Estufa, recebendo Selo Ouro por divulgar dados referentes aos três escopos. Já a Moto Honda da Amazônia (HDA) faz parte do programa desde 2013 e, pelo terceiro ano consecutivo, recebeu o Selo Ouro em seu inventário. Nas fábricas da Argentina e do Peru, as emissões são calculadas utilizando metodologia própria.



Em 2016, as fábricas da Honda no Brasil reduziram suas emissões de gases de efeito estufa em 3 mil toneladas de CO₂ em relação ao ano anterior.

Meta global Honda

A Honda estabeleceu para as suas fábricas em todo o mundo a meta de redução de 50% das emissões de CO₂ até 2050.

A base utilizada foram as emissões registradas no ano 2000.

Ecoeficiência

EN3, EN5, EN6

Os investimentos em ecoeficiência permitem à Honda cumprir seus compromissos de redução de impacto ambiental. Nesse sentido, a diminuição do consumo de energia elétrica nas suas instalações é uma das ações realizadas pela empresa.

Para isso, os equipamentos são inspecionados frequentemente, a escolha de produtos é feita com base nas referências de eficiência e a utilização de luz natural

é prioridade. Nesse aspecto, destacam-se as características de construção da sede administrativa da Honda South America (HSA), localizada na cidade de Sumaré (SP). Toda a estrutura foi projetada com recursos ecologicamente corretos, como luminárias com refletores de alumínio adaptados para expandir a luminosidade e ambientes cercados com janelas amplas, maximizando a iluminação solar. As janelas também permitem a otimização da ventilação natural

– o ar-condicionado é acionado somente quando necessário e em horário comercial.

O sistema de climatização da unidade é inteligente, com autoregulação da temperatura. Apesar de ser central, a tecnologia permite o controle de temperatura de cada ambiente de forma independente, possibilitando que ambientes vazios possam ser desligados, conferindo conforto térmico com redução de consumo elétrico.

Outras iniciativas

A busca pela eficiência energética e melhores resultados na performance ambiental faz parte do dia a dia de todas as unidades da Honda. Ao longo do ano, diversos projetos foram desenvolvidos e colocados em prática para reduzir o consumo de energia elétrica nas instalações da empresa. Entre eles, estão:

■ **Contenção de líquidos de baterias:** até 2016, a sala de armazenagem de baterias do Centro de Distribuição em Jaboatão dos Guararapes (PE) não possuía um sistema para conter possíveis vazamentos. Para evitar qualquer dano ao meio ambiente, a Honda implantou sistemas de proteção que impendem que esses fluídos atinjam o solo.

■ **Refundição de blocos de motor sucateados:** a Honda Automóveis do Brasil desenvolveu um dispositivo para realizar o processo de refundição internamente, ao invés de utilizar um fornecedor externo, reduzindo assim a emissão de CO₂ oriunda de processos logísticos.

Maximização da cabotagem na logística de distribuição de motocicletas

EN23, EN25

No último ano fiscal, a Honda ampliou o uso do modal de cabotagem na logística de distribuição de motocicletas da fábrica de Manaus até os PADs (Pontos de Apoio de Distribuição), reduzindo as emissões de CO₂. Os modelos XRE 190 e PCX 150 passaram a ser enviados aos PADs de Camaçari, Fortaleza e Campinas em navios de cabotagem. Com essa ampliação, a unidade deixou de emitir 71 toneladas de CO₂ em 2016.

Gestão de resíduos e reciclagem

EN23, EN25

O aperfeiçoamento constante do sistema de gerenciamento de resíduos é um compromisso da Honda. A companhia se empenha em conhecer e aprimorar o ciclo de vida de todos os materiais envolvidos no processo produtivo, desenvolvendo tecnologias que permitem a redução, reutilização e reciclagem de resíduos (3Rs), além de imprimir esforços para a eliminação dos riscos relacionados à disposição final.

Alinhados com esta estratégia e fundamentados em minimizar impactos negativos ao meio ambiente, a Moto Honda da Amazônia desenvolveu, em 2016, um projeto

para a reciclagem interna de rejeitos metálicos, utilizando-os novamente na produção de motocicletas. A ação permitiu a eliminação do descarte de 52 toneladas de sucata de aço por ano.

Este trabalho da Moto Honda da Amazônia foi reconhecido como um dos melhores cases globais da empresa no Honda Green Conference 2016, evento realizado no Japão para prestigiar as iniciativas ambientais desenvolvidas pelas equipes da marca ao redor do mundo.

Outro destaque em relação ao reaproveitamento de resíduos vem da

Honda Automóveis do Brasil, a partir da reciclagem da borra de tinta e solvente proveniente do processo de pintura dos veículos. O projeto, implementado em 2009, já permitiu a reciclagem de 540 toneladas de borra de tinta e 816 toneladas de solvente, por meio de uma parceria com uma empresa terceira, que reutiliza estes resíduos para produzir tinta de 2ª linha. Algumas estruturas da fábrica de automóveis, como a Estação de Tratamento de Água, a Estação de Tratamento de Efluentes e a Central de Resíduos têm suas paredes e pisos pintadas com esta tinta reciclada, tornando assim possível aplicar-se o conceito do reuso.

Logística Reversa de Tambores

Em parceria com uma empresa recicladora de borra de tintas e solventes, a fábrica de automóveis implantou, em 2016, a logística reversa dos tambores de armazenamento desses materiais. Agora, os tambores são descaracterizados, ou seja, são retiradas etiquetas, rótulos e outras identificações, higienizados e retornam com o mesmo transporte para serem reutilizados. Esta ação evita a compra de novos recipientes para esta finalidade e a consequente redução na geração de resíduos.

Compostagem de resíduos orgânicos

Desde 2015, o Centro de Distribuição de peças de Jaboatão dos Guararapes (PE) realiza um processo de compostagem interna de todo o resíduo orgânico gerado no local. Com essa iniciativa, a unidade deixou de enviar cerca de 2,5 toneladas de resíduos por ano para o aterro sanitário. Além de tratar internamente os resíduos de uma maneira muito mais sustentável, a composteira gera adubo, que é utilizado na jardinagem da unidade.

Uso racional da água

EN8, EN9, EN10, EN22

A Honda acredita na coexistência harmoniosa entre empresa e o ambiente e opera suas unidades de acordo com as regulamentações locais e as melhores práticas do segmento. Dessa forma, procura assegurar que suas atividades não comprometam os recursos naturais e trabalha de forma constante para garantir o menor impacto ambiental decorrente de suas atividades. Mais do que não causar impactos negativos, a Honda busca trazer impactos positivos para o meio ambiente.

As unidades brasileiras, argentina e peruana da companhia contam com

Estações de Tratamento de Efluentes (ETE) físicos, químicos e biológicos. Na fábrica de Manaus, parte do efluente final tratado é utilizada para a irrigação de jardins, reduzindo a quantidade de água potável retirada da natureza para esse fim e garantindo o reuso sustentável deste recurso. Inaugurada em 2001, a Estação de Tratamento de Efluentes da fábrica da Honda em Manaus é considerada a mais moderna da América do Sul e, somada à ETE da Honda Automóveis em Sumaré, trata cerca de 1,3 mil m³ de efluentes por dia. A ETE da Honda Selva del Peru, planta de motocicletas e triciclos localizada na cidade de Iquitos, foi inaugurada em julho de 2016.

Além de tratar de maneira adequada este recurso, a Honda possui diversas ações de redução de seu consumo. Na unidade de Manaus, um projeto finalizado em 2016 permite poupar o consumo de 7.920 litros de água por ano apenas com o reuso de água rejeitada do sistema de refrigeração da unidade de usinagem. Além disso, no processo de pintura a pó, o consumo de água utilizado no pré-tratamento foi reduzido em 70% com a instalação de drenagem que remove o óleo acumulado na superfície do tanque, mantendo a qualidade da água por mais tempo.





Preservação da biodiversidade

EN11, EN13

Para contribuir com a preservação da biodiversidade na região amazônica a Honda realiza uma série de ações específicas. Entre elas, está a manutenção da Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN), na cidade de Manaus (AM), que possui mais de 16 hectares às margens do Igarapé do Mindu. Por abrigar uma grande biodiversidade de espécies da flora e da fauna amazônica, a Reserva é considerada um fragmento urbano de mata secundária e abriga espécies como garças da região e o macaco sauíim da Amazônia.

Outra iniciativa da companhia na região é o Projeto Agrícola, no município de Rio Preto da Eva, próximo a Manaus (AM). O projeto visa o plantio de árvores frutíferas e de espécies ameaçadas de extinção, como mogno, pau-rosa, copaíba e andiroba. Existem três tipos de pau-rosa do sul do México até a Mata Atlântica. No entanto, a amazônica é a que apresenta a maior concentração de óleo “Linalol”, substância usada na fabricação de perfumes importados. Por isso, é explorada incessantemente há décadas.

Desde 2003, a Honda já investiu cerca de R\$ 2 milhões em benfeitorias e no cultivo de mais de 20 mil mudas frutíferas, como coco, pupunha, acerola, limão, mamão e banana. O projeto também realiza o cultivo de alface hidropônica e todos esses alimentos abastecem os restaurantes da fábrica e entidades que cuidam de crianças e idosos carentes. Cerca de 80% da área, o equivalente a 802,38 hectares, é mantida como reserva legal.

Sumário de Conteúdo da GRI

G4-32

Indicador	Comentários / Observação	Página
Estratégia e análise		
G4-1		5
G4-2		5
Perfil organizacional		
G4-3		9
G4-4		5, 13, 16, 25
G4-5		13
G4-6		13
G4-7		13
G4-8		5, 13, 16
G4-9		13, 16
G4-10		16

Número total de empregados por contrato de trabalho e gênero		
	Homens	Mulheres
Temporários	353	98
Permanente	10.138	1.329

Número total de empregados permanentes por tipo de emprego e gênero		
	Homens	Mulheres
Full-time	10.233	1.322
Part-time	303	105

Força de trabalho total (FTE) por empregados próprios e contratados e por gênero		
	Homens	Mulheres
Próprios	10.536	1.427
Contratados	1.290	162

Força de trabalho total por região e gênero		
	Homens	Mulheres
Brasil – Norte	5.414	493
Brasil – Sudeste	3.744	736
Argentina	1.154	102
Chile	65	12
Peru	159	84

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

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

Aspectos materiais identificados e limites	
G4-17	9
G4-18	10
G4-19	10
G4-20	10
G4-21	10
G4-22	10
G4-23	10

Indicador	Comentários / Observação	Página
Aspectos materiais identificados e limites		
G4-24		10
G4-25		10
G4-26		10
G4-27		10

Perfil do relatório		
G4-28		9
G4-29		9
G4-30		9
G4-31		9
G4-32	Opção “Essencial”	9, 63
G4-33	Não houve verificação externa	

Governança		
G4-34		39, 40
G4-38		39
G4-39	O presidente do Conselho de Administração não ocupa cargo de diretor executivo	

Ética e integridade		
G4-56		40, 41

ASPECTO ECONÔMICO		
Desempenho Econômico		
G4-EC1		16
G4-EC2		57
Práticas de Compra		
	Proporção de gastos com fornecedores locais (somente itens adquiridos dentro do Brasil)	
	- Total de gastos com fornecedores: 5,4 bilhões de Reais em 2016.	
G4-EC9	- Total de gastos com fornecedores locais: 2,8 bilhões de Reais em 2016.	
	- Percentual de gasto com fornecedores locais em unidades operacionais importantes: 52%.	

Indicador	Comentários / Observação	Página
ASPECTO AMBIENTAL		
G4-EN1		36, 37
G4-EN2	Alguns materiais utilizados na fábrica de motocicletas de Manaus (AM), como o alumínio e a areia shell, permitem a utilização de uma determinada quantidade de material reciclado em sua composição, desde que feita de maneira controlada afim de não extrapolar os limites especificados de sua composição, garantindo assim as propriedades mecânicas necessárias para atender as exigências dos produtos. No caso da areia shell utilizada na fundição no processo de fabricação de moldes de areia (macheira) – após utilização dos moldes eles são reciclados por uma empresa e devolvidos para reutilização no processo de fabricação dos moldes. Fabricação de peças de Alumínio: Foram utilizadas 712.581 Kg de peças recicladas	
Energia		
G4-EN3		59

Consumo de energia nas Fábricas (GJ)					
Fonte	BRASIL		ARGENTINA		PERU
	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóveis)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva Del Peru
Fonte Renovável	10.425	0	0	0	0
Fonte Não Renovável	128.092	266.479	40.353	30.480	2.975
Energia Indireta pelo uso de Eletricidade	209.271	461.846	30.080	26.175	2.615
Total (GJ)	347.788	728.325	70.432	56.655	5.590

Consumo de energia dos Escritórios (GJ)			
Fonte	BRASIL	PERU	CHILE
Fonte Renovável	1.993	0	0
Fonte Não Renovável	1.847	1.006	1.783
Energia Indireta pelo uso de Eletricidade	10.228	574	248
Total (GJ)	14.068	1.580	2.031
Obs.: Escritório HAR (Argentina) - desativado em 93ki como parte da estratégia One Floor da Honda, na qual os escritórios descentralizados agora ficam junto das unidades fabris, garantindo não só maior interface dos colaboradores como otimização do uso de recursos, como as Estações de Tratamento de Efluentes.			

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-EN5		59
G4-EN6		59

Melhoria do consumo de combustível nos principais modelos fabricados.

- Valores de consumo divulgados pelo programa de etiquetagem do governo (CONPET) de acordo com os padrões utilizados pelo programa.
- Consideramos o ano de 2013 como referencia por ser o primeiro ano após o inicio do programa INOVAR.
- Medição de consumo de combustível de acordo com a norma NBR 7024.

Modelo	Fit EX 1.5 16V AT (2013)	Fit EX 1.5 16V CVT (a partir de 2015)
Consumo	Etanol cidade 6,8Km/l; Etanol estrada 8,2Km/l; Gasolina cidade 10,5Km/l; Gasolina estrada 12,2Km/l	Etanol cidade 8,3Km/l; Etanol estrada 9,9Km/l; Gasolina cidade 12,3Km/l; Gasolina estrada 14,1Km/l
Melhoria	18,87%	

G4-EN7

Modelo	City EX 1.5 16V AT (2013)	City EX 1.5 16V CVT (a partir de 2015)
Consumo	Etanol cidade 7,5Km/l; Etanol estrada 8,3Km/l; Gasolina cidade 11,2Km/l; Gasolina estrada 14,0Km/l	Etanol cidade 8,5Km/l; Etanol estrada 10,3Km/l; Gasolina cidade 12,3Km/l; Gasolina estrada 14,5Km/l
Melhoria	12,70%	

31

Modelo	Civic LXR 2.0 16V AT (2013)	Civic EXL2.0 16V CVT (a partir de 2016)
Consumo	Etanol cidade 6,5Km/l; Etanol estrada 9,2Km/l; Gasolina cidade 9,4Km/l; Gasolina estrada 12,8Km/l	Etanol cidade 7,2Km/l; Etanol estrada 8,9Km/l; Gasolina cidade 10,5Km/l; Gasolina estrada 13,0Km/l
Melhoria	4,59%	

Água	
G4-EN8	61

Água retirada e adquirida das Fábricas					
Fonte	BRASIL		ARGENTINA		PERU
	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóveis)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva Del Peru
Rede municipal (m³)	126.071	0	0	0	-
Corpos subterrâneos (m³)	84.096	550.146	35.952	53.020	12.747
Água de reuso (m³)	0	1.205	0	0	0
Total (m³)	210.167	551.351	47.936	70.693	12.058

Água retirada e adquirida dos Escritórios			
Fonte	BRASIL	PERU	CHILE
Rede municipal (m³)	7.090	951	574
Obs.: Escritório HAR (Argentina) - desativado em 93ki como parte da estratégia One Floor da Honda, na qual os escritórios descentralizados agora ficam junto das unidades fabris, garantindo não só maior interface dos colaboradores como otimização do uso de recursos, como as Estações de Tratamento de Efluentes.			

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-EN9		61
G4-EN10		61
Biodiversidade		
G4-EN11		62
G4-EN13		62
Emissões		
G4-EN15		58
G4-EN16	Ver abaixo	58
G4-EN17		58

Emissões de GEE das Fábricas			
BRASIL	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Total
Emissões diretas de fontes renováveis	877	899	1.777
Emissões diretas de fontes não renováveis	9.604	35.476	45.081
Emissões indiretas pelo uso de eletricidade	4.765	121.483	126.249
Total (tCO ₂ e)	15.247	157.859	173.106
Metodologia: GHG Protocol Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro de 2016)			

Emissões de GEE das Fábricas			
ARGENTINA	Honda Motor Argentina (Automóveis)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Total
Emissões diretas de fontes renováveis	0	0	0
Emissões diretas de fontes não renováveis	2.350	1.735	4.085
Emissões indiretas pelo uso de eletricidade	4.378	3.810	8.188
Total (tCO ₂)	6.728	5.545	12.273
Metodologia Própria Ano Fiscal			

Emissões de GEE das Fábricas	
PERU	Honda Selva Del Peru
Emissões diretas de fontes renováveis	0
Emissões diretas de fontes não renováveis	196
Emissões indiretas pelo uso de eletricidade	468
Total (tCO ₂)	664
Metodologia Própria Ano Fiscal	

Emissões de GEE dos Escritórios			
	BRASIL*	PERU**	CHILE**
Emissões diretas de fontes renováveis	163,22	0	0
Emissões diretas de fontes não renováveis	138,13	68,90	122,73
Emissões indiretas pelo uso de eletricidade	184,17	37,63	25,74
Total tCO ₂	485,52	106,53	148,46
* Metodologia: GHG Protocol, Ano Fiscal e tCO ₂ e ** Metodologia Própria, ano calendário e tCO ₂			

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-EN18		
G4-EN19		31
G4-EN20	Ver abaixo	
G4-EN21		

Emissões de NO _x , SO _x e outras emissões atmosféricas significativas					
Fonte	BRASIL		ARGENTINA		PERU
	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóveis)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva Del Peru
Emissão Total* (ton)	491	589	81	N/D	N/D
* Somente Compostos Orgânicos Voláteis					

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-EN22		61

Total de água descartada, por qualidade e destinação				
Fábrica	Destinação	Volume de Efluente (m³)	DBO média mensal (mg/l)	DQO média mensal (mg/l)
Honda Automóveis do Brasil	Água superficial	119.355	9	169
Moto Honda Amazônia	Outros	411.442	4	13,3
Honda Motor Argentina (Automóveis e Motocicletas)	Água superficial	100.254	60	150
Honda Selva Del Peru	Outros	5.801	26	70
OBS. As águas residuais da Honda Motor Argentina (Automóveis e Motocicletas) são tratadas em uma única estação de tratamento de efluentes, não havendo separação entre os indicadores.				

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-EN23		60

Resíduos sólidos gerados e destinados – Fábricas Classificação: Não Perigosos					
Disposição	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda da Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóveis)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva Del Peru
Reciclagem (ton)	18.445	31.522	2.066	816	418
Aterro (ton)	218	0	0	0	373
Incineração (ton)	0	960	0	-	-
Co-processamento (ton)	31	1.021	0	-	-
Compostagem (ton)	383	0	154	247	-
Total - Não Perigosos	19.077	33.503	2.220	1.063	791

Resíduos sólidos gerados e destinados – Fábricas Classificação: Perigosos					
Disposição	Honda Automóveis do Brasil	Moto Honda da Amazônia	Honda Motor Argentina (Automóveis)	Honda Motor Argentina (Motocicletas)	Honda Selva Del Peru
Reciclagem (ton)	303	929	-	-	0
Incineração (ton)	-	2.935	-	434	-
Co-processamento (ton)	-	1.200	7	-	-
Total - Perigosos	303	5.064	7	434	0

Resíduos sólidos gerados e destinados - Escritórios			
Disposição	BRASIL	PERU	CHILE
Reciclagem (ton)	6	2	3
Aterro (ton)	44	0	2
Total	50	2	6

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-EN25		60
Produtos e Serviços		
G4-EN27		31
G4-EN28		31
Conformidade		
G4-EN29		41
Avaliação Ambiental de Fornecedores		
G4-EN32		35, 36, 37

Número total de fornecedores ativos e percentual de contratação com base nos critérios indicados, para cada segmento do negócio		
	Automóveis	Motocicletas
Total de fornecedores ativos em 93ki (quantidade)	150	108
Fornecedores contratados com base em critérios ambientais (%)	50%	54%
Novos fornecedores contratados em 93ki (quantidade)	15	4

Indicador	Comentários / Observação	Página
ASPECTO SOCIAL		
Práticas trabalhistas e trabalho decente		
Emprego		
G4-LA1		50

Número total de novas contratações						
Abaixo de 30 anos		30 a 50 anos		Acima de 50 anos		
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Brasil	45	38	32	12	0	0
Argentina	167	10	31	7	1	0
Chile	10	1	5	1	0	0
Peru	36	6	7	2	7	0

Taxa de rotatividade de empregados (%)						
Abaixo de 30 anos		30 a 50 anos		Acima de 50 anos		
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Brasil	7%	12%	9%	9%	2%	1%
Argentina	3%	0%	2%	0%	0%	0%
Chile	18%	6%	29%	24%	24%	0%
Peru	54%	8%	20%	5%	9%	3%

Indicador	Comentários / Observação			Página
Saúde e segurança no trabalho				
G4-LA6				53
G4-LA8				53
Treinamento e educação				
Média de horas de treinamento por empregado				
Somente Moto Honda da Amazônia				
G4-LA9	Brasil	Homens	Mulheres	
	Diretores	4	0	
	Gerentes e Gerentes Gerais	13,65	0	
	Empregados - Administrativo	14,12	12,92	
	Empregados - Fábrica	9,18	10,47	
G4-LA10				50
Percentual do total de empregados que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira				
Somente Moto Honda da Amazônia				
G4-LA11	Brasil	Homens	Mulheres	
	Diretores	-	-	
	Gerentes e Gerentes Gerais	2% (38)	-	
	Empregados - Administrativo	83% (1780)	14% (304)	
	Empregados - Fábrica	96% (3248)	4% (151)	
Os números de Empregados - Fábrica referem-se ao período de janeiro a dezembro de 2016. Já os números de Gerentes, Gerentes Gerais e Empregados Administrativos referem-se ao 93ki (período de março de 2016 a abril de 2017).				

Indicador	Comentários / Observação		Página
DIREITOS HUMANOS			
Não discriminação			
G4-HR3			49
Liberdade de Associação e Negociação Coletiva			
G4-HR4			51
Trabalho infantil			
G4-HR5			35
Trabalho forçado ou análogo ao escravo			
G4-HR6			35
SOCIEDADE			
Comunidades locais			
G4-SO1			44, 45, 46, 47
G4-SO2			43, 45, 46
Combate à corrupção			
G4-SO3	Número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados		8 unidades de negócio 100% das unidades de negócio
	Número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção.		
	Percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção.		

Membros do órgão de governança aos quais foram comunicadas as políticas e procedimentos anticorrupção adotados pela organização e que receberam treinamento no combate à corrupção		
Diretoria	Total	%
Brasil – Região Norte	0	0%
Brasil – Região Sudeste	3	33%
Argentina	3	100%
Chile	0	0%
Peru	0	0%

Membros do órgão de governança aos quais foram comunicadas as políticas e procedimentos anticorrupção adotados pela organização e que receberam treinamento no combate à corrupção		
Gerentes e Gerentes Gerais	Total	%
Brasil – Região Norte	41	100%
Brasil – Região Sudeste	90	94%
Argentina	19	80%
Chile	7	100%
Peru	6	100%

Empregados aos quais foram comunicadas as políticas e procedimentos anticorrupção adotados pela organização e que receberam treinamento no combate à corrupção		
Colaboradores - Administrativo	Total	%
Brasil – Região Norte	480	73%
Brasil – Região Sudeste	1126	50%
Argentina	0	0%
Chile	61	84%
Peru	115	100%

Empregados aos quais foram comunicadas as políticas e procedimentos anticorrupção adotados pela organização e que receberam treinamento no combate à corrupção		
Colaboradores - Fábrica	Total	%
Brasil – Região Norte	1121	22%
Brasil – Região Sudeste	710	25%
Argentina	0	0%
Chile	0	0%
Peru	111	100%

Indicador	Comentários / Observação	Página
G4-SO5		40
Concorrência Desleal		
G4-SO7		40
Conformidade		
G4-SO8		40

Indicador	Comentários / Observação	Página
RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO		
Saúde e segurança do cliente		
G4-PR1		53
Segurança do produto		
G4-PR2		28, 30
	Casos de não conformidade com regulamentos que resultaram na aplicação de multa ou penalidade	Sem ocorrência *
	Casos de não conformidade com regulamentos que resultaram em advertência	Sem ocorrência *
	Casos de não conformidade com códigos voluntários	Sem ocorrência *
	* Somente Moto Honda da Amazônia	

Indicador	Comentários / Observação	Página
Rotulagem de produtos e serviços		
G4-PR5		33
Conformidade		
G4-PR9		41

créditos e informações

Corporativas

Honda South America Ltda.

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

Direção geral do desenvolvimento do Relatório de Sustentabilidade

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

Coordenação editorial

Evelyn Lima e Tassia Rodrigues

Coordenação de coleta de indicadores GRI e textos

Keyassociados

Projeto gráfico, diagramação e infográficos

Kite Estratégias Online

Consultas, comentários ou sugestões:

institucional@honda.com.br

HONDA
The Power of Dreams