

# Memoria de Sostenibilidad 2016



# 2016 ÍNDICE

	04	Mensaje de la administración
Acerca de la Memoria	08	
	12	Honda
	17	- Contexto sectorial de América del Sur
	21	- Modelo de actuación
	22	- Estrategia y objetivos
	25	- Visión de sostenibilidad Honda
Producto	27	
30 - Innovación		
34 - Calidad y seguridad		
37 - Cadena de suministro		
41 - Satisfacción del cliente		
	47	Gobierno
	49	- Gobierno corporativo Honda
	53	- Asociaciones a las que pertenece
Performance Socioambiental	54	
57 - Desempeño ambiental de las actividades de negocio		
72 - Colaboradores		
80 - Comunidades		
82 - Seguridad en el tránsito		
	87	Índice analítico GRI
Créditos e información corporativa	92	



➤ MENSAJE DE LA  
**ADMINISTRACIÓN**

# MENSAJE DE LA ADMINISTRACIÓN

**Issao Mizoguchi**

Presidente de Honda South America



## Carta del presidente

[G4-1, G4-2]

### Equilibrio y perennidad

La industria de vehículos en América del Sur está viviendo uno de sus momentos más desafiantes de su historia. La desaceleración del crecimiento chino en el contexto macroeconómico global, sumado a las inestabilidades políticas internas en los principales países de la región, compromete el entorno de negocios provocando una devaluación del tipo de cambio, aumentos en los índices de inflación y en los tipos de interés, especialmente en el mayor mercado regional: Brasil.

En 2015, dentro de un cuadro de fuerte recesión, el PIB brasileño retrocedió un 3,8% con respecto al año anterior, impactado por el menor nivel de las actividades industriales, en las que nuestro sector estuvo entre los más sensibles a este escenario. Los fabricantes en el país se

“Celebramos 45 años de presencia en Brasil”.

enfrentaron al reto de mantener sus operaciones ante el debilitamiento del consumo doméstico y una mayor restricción de acceso al crédito.

Este año celebramos 45 años de presencia en Brasil, 40 de ellos como fabricantes de motocicletas y, aun teniendo un sólido historial en el país, no hemos salido indemnes de este escenario desafiante. Y no solo ha sido Brasil. También nos hemos enfrentado a una caída en las ventas de nuestros productos en los demás países de América del Sur.

En el mercado de dos ruedas, el segmento más tradicional y con un gran foco para satisfacer las necesidades de las clases más sensibles de la economía local, hemos registrado el cuarto año de descenso consecutivo en las ventas en el mercado brasileño. La reducción fue del 19% en relación con el último ejercicio fiscal (del 1 de abril de 2014 al 31 de marzo de 2015), lo que vino acompañado por nuestro desempeño en el resto de la región: en Argentina (-30%), en Chile (-18%) y en Perú (-8%).

Además, la desaceleración de la actividad del parque productivo nacional también provocó un impacto significativo en las ventas de nuestro segmento de productos de fuerza. Al estar vinculadas al comportamiento de sectores como la agricultura y la construcción civil, las ventas cayeron un 6% en Brasil y en Perú y un 8% en Chile con respecto al año fiscal anterior. Argentina fue una excepción, al crecer un 12%. Nuestras ventas de productos de fuerza en el mercado argentino volvieron a crecer durante los primeros meses de 2016 debido a la estabilización del dólar y al aumento de la confianza del consumidor tras las elecciones presidenciales. A pesar del contexto general adverso, hemos de recordar que nuestros diferenciales de calidad, con foco en el respeto al consumidor, son los grandes activos de la compañía. Si, por

“Nuestras ventas de productos de fuerza en el mercado argentino volvieron a crecer durante los primeros meses de 2016.

un lado, los segmentos de motocicletas y de productos de fuerza sufrieron unas reducciones significativas en sus volúmenes de producción y venta, por otro, hemos conquistado logros importantes en los frentes de productos financieros y automóviles.

Los servicios financieros contribuyeron con nuestras operaciones a través del Banco Honda y del Consorcio Honda. El pasado año fiscal, celebramos el récord de ventas de participaciones para automóviles,

“Diferenciales de calidad, con foco en el respecto al consumidor, son los grandes activos de la compañía.

con un aumento del 86% con relación al periodo anterior. Por su parte, el mercado de motocicletas, a pesar del descenso registrado en el acumulado de los doce meses, nuestra actuación por medio del área financiera ha sido importante para compensar la menor disponibilidad de crédito en Brasil y, así, atender la demanda de una parte considerable de nuestros clientes.

Por lo que respecta a los automóviles, hemos conquistado la marca de 163.269 vehículos vendidos en América del Sur en el último ejercicio fiscal, resultado que representó el 98% de la meta estipulada para la región, algo que podemos ver por el lado positivo, considerando el turbulento escenario económico en los diferentes países en los que estamos presentes. Lo más destacado fue el desempeño de ventas del HR-V.

A pesar de las victorias, a lo largo del último año fiscal los impactos de la economía persistieron en todos los segmentos de negocio. El volumen de la demanda en el

163.269  
vehículos vendidos  
en América del Sur

“Consideramos que una producción con un menor impacto ambiental y centrada en el respeto al ser humano es la base para dejar un legado importante para las generaciones venideras”

sector automotriz, en especial en Brasil, no ha sido suficiente para justificar el inicio de las operaciones de nuestra nueva fábrica de automóviles en la ciudad de Itirapina, región interior de Sao Paulo, donde hemos invertido más de 1.000 millones BRL. Aun estando lista para operar, nuestra decisión estratégica fue la de esperar mejores perspectivas de mercado para iniciar la producción.

En lo que atañe a las iniciativas ambientales, conviene reseñar el desempeño de nuestro parque eólico de Xangri-Lá, en Rio Grande do Sul.



### Parque eólico de Xangri-Lá

“Nos alegramos mucho de conseguir abastecer el 100% de la fábrica de Sumaré (Sao Paulo) con la energía generada en el parque.

Durante el año pasado, nos alegramos mucho de conseguir abastecer el 100% de la fábrica de Sumaré (Sao Paulo) con la energía generada en el parque, algo que nos anima para seguir apostando por esa fuente limpia y eficiente.

Esta conquista es más un avance importante en la aplicación de nuestra visión sobre el

desarrollo sostenible. Consideramos que una producción con un menor impacto ambiental y centrada en el respeto al ser humano es la base para dejar un legado importante para las generaciones venideras. En el segmento de la motocicleta, por ejemplo, trabajamos para anticipar el servicio de Control de programa de contaminación del aire por motocicletas y vehículos similares (Promot) en versión PROMOT-4.

Y en esa visión están incluidos nuestros compromisos con la seguridad en el tránsito, tema esencial para la sociedad y que nos dedicamos a promover mediante una serie de programas e iniciativas institucionales, y el desarrollo de tecnologías que contribuyan a la seguridad. Nuestra motocicleta 160 CG Titan, por ejemplo, tiene el sistema de frenos CBS, conocido como Combi-Brake, que distribuye la fuerza de frenado entre las dos ruedas automáticamente haciendo el conductor reducir la velocidad de forma más eficaz y segura.

De cara al futuro, también celebramos en 2015 el inicio de las operaciones de venta del HondaJet para Brasil. Además, la unidad de fabricación de aeronaves HondaAircraft, localizada en Estados Unidos, entregó su primer modelo a un cliente norteamericano. Se trata de un hito en nuestra trayectoria en el segmento de aviación, que contribuye a la perennidad de nuestra compañía tras 68 años de historia y renueva la marca Honda para el futuro.

Finalmente, esperamos que, en este 2016, América del Sur pueda avanzar firmemente en su trayectoria de superación del escenario de turbulencias político-económicas vivido a lo largo del último año. Esta es una condición vital para que podamos retomar el pleno potencial de nuestro negocio, así como las actividades de toda la industria en el continente.

**Issao Mizoguchi**  
**Presidente da Honda South America**





Memoria de  
**Sostenibilidad**  
2016

Honda

**HONDA**  
The Power of Dreams

**HONDA**  
The Power of Dreams

» ACERCA DE LA  
**MEMORIA**

# ACERCA DE LA MEMORIA



Sede Honda South America - Sumaré (Sao Paulo)

## Proceso de elaboración de la memoria

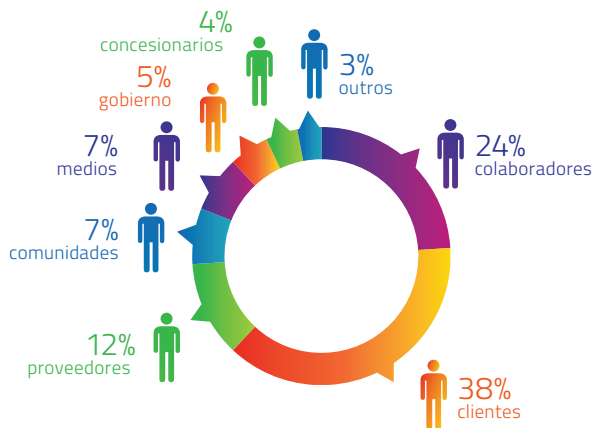
[G4-17, G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23 G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-33]

Honda South America (HSA) pasa a adoptar el año fiscal de Japón, país de origen de la compañía, como referencia para la publicación de la Memoria Anual de Sostenibilidad de sus operaciones en el continente sudamericano. De esta forma, el presente documento contiene la información del periodo comprendido entre el 1º de abril de 2015 y el 31 de marzo de 2016 como alcance común a todas las filiales regionales de la sociedad holding en América del Sur, instaladas en Brasil, en Argentina, en Perú y en Chile.


En este documento, el lector encontrará un amplio resumen sobre el desempeño económico, social, ambiental y de gobierno de la compañía durante el último ejercicio fiscal, dentro de los principios de transparencia y ética que marcan su actuación en la región sudamericana.

La estructura sigue las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI G4), metodología estándar adoptada mundialmente por las grandes compañías del mercado para la elaboración y publicación de las Memorias de Sostenibilidad.

## Estudio con las partes interesadas Honda




En 2015 se concluyó el primer proceso de construcción de la matriz de aspectos materiales para la comunicación y gestión con foco en sostenibilidad, que se dividió en tres etapas:



**01**

**Identificación de los temas potencialmente materiales**

Identificación de los temas sociales, ambientales y de gobierno relevantes para el sector de vehículos, definiendo el universo de los potenciales temas materiales de Honda. Ese estudio se realizó mediante el análisis de las referencias sectoriales como investigación GRI, herramientas de riesgo reputacional, temas materiales del sector conforme a SASB y análisis de otras empresas del sector.



**02**

**Priorización de temas materiales**

Definición de los temas materiales para el negocio de Honda y que satisfacen los intereses de sus grupos de interés. En esta etapa se entrevistaron a 18 altos cargos empresariales de Honda y se consultaron las partes interesadas internas y externas, por medio de cuestionarios en línea enviados a 478 personas, de las que 143 los respondieron. De las respuestas recibidas, un 38% son de clientes, un 24% de colaboradores, un 12% de proveedores y un 7% de comunidades locales. El resto de la muestra corresponde a representantes de los medios, gobierno, concesionarios y otros.



**03**

**Validación por parte de los altos cargos**

Validación de los resultados de la Etapa 2 con los gestores del área de sostenibilidad, dirección ejecutiva y la presidencia de Honda South America (HSA).

Los resultados de este estudio definieron los temas más relevantes la gestión de HSA en sostenibilidad, cuyo enfoque está ligado a una visión y objetivos únicos que están presentes en todas las operaciones del grupo en América del Sur.



- 1** Producto | Calidad y seguridad
- 2** Desempeño ambiental de los productos
- 3** Satisfacción del cliente
- 4** Innovación
- 5** Gobierno corporativo
- 6** Desempeño ambiental en las actividades de negocio
- 7** Suministro de materia prima
- Cadena de suministro
- Recursos Humanos
- Movilidad futura y movilidad urbana
- Salud y seguridad ocupacional
- Relación con las comunidades del entorno

Basado en este resultado, el tema principal de la presente memoria es el “Equilibrio y la Perennidad del Negocio”, una elección fruto de los aspectos fundamentales que han diferenciado a la compañía dentro del escenario desafiante de la industria de automóviles y productos de fuerza en América del Sur en 2015.

La Memoria de Sostenibilidad 2015 está disponible en:





➤ ACERCA DE  
**Honda**

# ACERCA DE **Honda**

[G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9, G4-10, G4-13, G4-15, G4-16]

Honda está presente en América del Sur desde hace 45 años, con foco en la fabricación y comercialización de automóviles, motocicletas, ATV y productos de fuerza (como generadores, motoguadañas, motobombas y motores estacionarios). A partir de 2015, la empresa también empezó a comercializar aviones privados en Brasil.

Con unidades productivas en Argentina, Perú y Brasil, y una unidad importadora en Chile, la compañía garantiza su presencia en los demás países sudamericanos mediante una red de aproximadamente 2000 puntos de venta, además de tener representantes independientes de la marca.

Esta estructura operativa en la zona está bajo el amparo de Honda South America (HSA), cuyas oficinas centrales se encuentran en la ciudad de Sumaré, a 119 kilómetros de la capital de Sao Paulo, estado brasileño donde la compañía inició sus actividades de importación de motos a Brasil en 1971, como puerta de entrada a América del Sur.

Hoy, la región sudamericana compone uno de los siete bloques administrativos que forman las operaciones globales de Honda y que están divididos en Japón, América del Norte y Central, Europa, Oriente Medio y África, Asia y Oceanía y China, además de la propia América del Sur. Se trata de una cobertura que cuenta con 457 filiales y afiliadas en todo el mundo.



## Honda en la historia: Crecimiento impulsado por la fuerza de la sociedad

Honda, una compañía de espíritu joven y emprendedor, trabaja con el compromiso de producir donde haya demanda para que, así, además de ofrecer productos de la más alta calidad y tecnología, también pueda contribuir al desarrollo económico local. No ha sido por casualidad que, de una pequeña fábrica japonesa de motores creada hace 68 años, la empresa se haya convertido en un conglomerado global que actúa pensando en desarrollar soluciones para la movilidad.

Las motocicletas de la compañía, que empezaron a importarse a Brasil en 1971, encontraron un mercado seguro en un país en pleno desarrollo. Cinco años después del inicio de las actividades de la empresa en Brasil, en 1976, Honda iniciaba la producción nacional de motocicletas en la fábrica inaugurada en la Zona Libre de Manaus, en Amazonas, de donde salió el primer modelo nacional de la marca: la CG 125. En paralelo, la compañía también expandió sus operaciones a América del Sur, con la inauguración de una filial en Perú, en 1975, y en Argentina, en 1978.

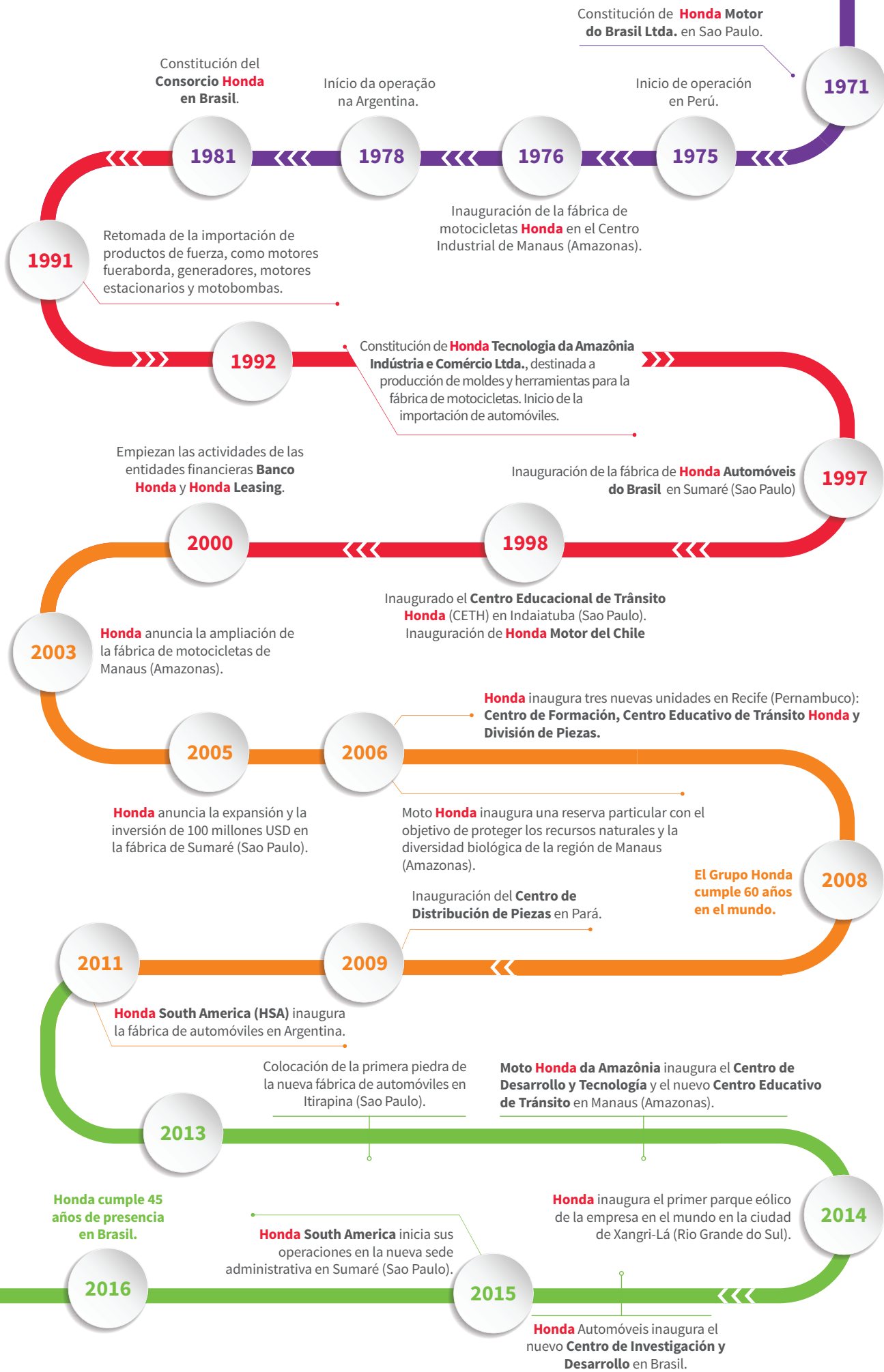
Las ventas de automóviles como nuevo frente de negocios en la zona empezaron en 1992, con la importación de los modelos Civic, Accord, Prelude y Legend para Brasil. Cinco años después, la compañía inició su producción local con la inauguración de la fábrica de Sumaré (Sao Paulo). Ese mismo momento, Honda avanzó aún más su expansión hacia América del Sur, con la apertura de una filial en Chile en 1998.

Con una fuerza operativa más grande en la región, en 2000 la compañía creó la holding Honda South America Ltda. (HSA), que invirtió en la compra de la participación accionarial en empresas fabricantes de componentes en la región, pasando a concentrar el papel de

**Todo empezó cuando Soichiro Honda, fundador de la empresa, creyó en la posibilidad de mejorar la vida de las personas. Desde entonces, la creencia en el poder de los sueños sigue contagiando a todos allá por donde pasan los productos Honda.**

conducción del desarrollo de las operaciones del grupo en todo el bloque de América del Sur. Ya como HSA, la empresa inició la producción de autos en Argentina, con la fábrica de Campana, en la provincia de Buenos Aires.

En 2014, Honda South America (HSA) inició una nueva fase de fortalecimiento de su estructura en la región, con el traslado de su sede sudamericana de la ciudad de Sao Paulo a Sumaré, en el interior del estado de Sao Paulo, en la planta de Honda Automóveis do Brasil (HAB). El objetivo de esta mudanza fue estimular una mayor sinergia entre las áreas comerciales, administrativas, de desarrollo de productos y de fabricación, para aumentar aún más la agilidad en la toma de decisiones y la eficiencia operativa de la compañía.



## Tecnología punta

Con foco en la innovación, Honda invirtió en la construcción de su primer Centro de Desarrollo y Tecnología (CDT) de motocicletas en Manaus en 2013 y, el año siguiente, inauguró el Centro de Investigación y Desarrollo de automóviles, al lado de la nueva sede de la compañía en Sumaré (Sao Paulo). Ambos trabajan en la búsqueda constante del desarrollo de nuevas tecnologías que puedan satisfacer la creciente demanda global de productos más respetuosos con el medio ambiente, con el máximo de eficiencia en el consumo de combustible y que posibiliten el empleo de energías más limpias y renovables, además de poner el foco en la seguridad y en el cumplimiento de las expectativas de los consumidores en relación con el diseño, el confort y la calidad.

## Centro Educativo de Tránsito Honda

La preocupación con la seguridad de los clientes es un valor que está permanentemente asociado al desarrollo de los productos Honda. Además, la empresa cree en la concienciación en lo que se refiere al respeto a las leyes de tránsito y en la diseminación de las técnicas de manejo seguro como forma de contribuir a la seguridad de todos. De este modo, en 1998, la compañía invirtió en la creación de la primera unidad del Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH), en la ciudad de Indaiatuba (Sao Paulo), con foco en motociclistas de clientes empresariales y organismos públicos conducen motocicletas diariamente. El potencial del mercado y la demanda social del país por más seguridad en el tránsito llevó a la compañía a inaugurar una segunda unidad en Recife (Pernambuco), en 2006, y una tercera en Manaus (Amazonas), en 2013.



### ▶ Menos emisiones, más energía

La inauguración del parque eólico de Xangri-Lá, en el estado de Rio Grande do Sul, también es una parte importante de la estrategia de sostenibilidad de la compañía. Con una capacidad instalada de 27.700 MW, él es el primer parque de este tipo de Honda en el mundo y del sector automotriz en Brasil. Este emprendimiento produce la energía suficiente para abastecer el 100% de la demanda de la fábrica de automóviles de Sumaré (Sao Paulo), reduciendo en un 30% las emisiones totales de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de la unidad.

Aerogenerador del Parque Eólico Xangri-Lá de Honda en Xangri-Lá (Rio Grande do Sul)

Aerogenerador do parque eólico da Honda em Xangri-Lá (Rio Grande do Sul)

# Contexto América del Sur

[G4-EC7, G4-EC8]

## Automóviles

La industria de vehículos compone uno de los principales sectores de la economía mundial. Con unos altos niveles de competencia, las compañías que actúan en este mercado necesitan reunir capacidad de inversión en tecnología como forma de diferenciar sus productos y servicios, lo que, a su vez, exige escala para la venta de la producción y una alta especialización técnica.

En la mayor parte de los casos, las empresas de este sector son transnacionales. Operan a escala mundial o sirviendo regiones geográficas específicas, por medio de multiplantas, que producen en los diferentes locales, generalmente los mismos tipos y modelos de vehículos.

En esa línea, multinacionales como Honda pasaron a desarrollar un modelo de operación global con autonomía cada vez mayor entre sus filiales repartidas por diferentes regiones del planeta. Con ello, la compañía gana en eficiencia en la fabricación de productos con un alto nivel de competitividad, mediante el modelado de una organización productiva capaz de generar adaptaciones específicas a la realidad de cada mercado regional en el que actúa.

Se trata de una característica que refleje la actuación de Honda desde el inicio de su producción local de automóviles, iniciada en 1997 en Sumaré (Sao Paulo). La fábrica arrancó sus operaciones con una capacidad de producción de 20 autos por día y, a lo largo de sus 18 años de actividad, aumentó su capacidad productiva hasta llegar a más de 500 por día. La empresa alcanzó, en marzo de 2016, la marca de 1,5 millón de automóviles producidos en la planta del interior del estado de Sao Paulo.

El contexto macroeconómico global, marcado por los ajustes provocados por la desaceleración de la economía china, sumados a las inestabilidades políticas domésticas en los principales países sudamericanos —en especial Argentina y Brasil—, intensificó el escenario desafiante al que se

**1.500.000**  
**de automóviles producidos**  
**hasta marzo de 2016 en la**  
**planta del interior del estado**  
**de Sao Paulo.**

enfrenta después de 2014 la industria de vehículos automotrices en la región.

En 2015, las ventas del sector sufrieron un descenso de 20% en toda América del Sur, con respecto al año anterior, impactadas principalmente por el pobre desempeño de la economía brasileña, el principal mercado del continente, según datos divulgados por la Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA)<sup>3</sup>. La cifra de autos matriculados en el país el año pasado volvió a los niveles de 2005 y 2006. Pero, a pesar del contexto desafiante, las diferentes realidades económicas en los demás países sudamericanos y los diferenciales de los modelos de productos y servicios Honda ayudaron a evitar caídas más bruscas de ventas a partir de una lógica de actuación regional. Honda Automóveis alcanzó la marca de 163.269 vehículos vendidos en América del Sur en el último ejercicio fiscal, algo que puede verse por el lado positivo, considerando el turbulento escenario económico en los diferentes países en los que la empresa está presente. Solo en Brasil, se vendieron 151.843 autos durante el periodo, lo que representa un récord histórico en el país, destacándose el desempeño del HR-V. Este modelo se lanzó en marzo de 2015 y, en pocos meses, se convirtió en el Honda más vendido del país y líder nacional de su categoría.

Honda  
HR-V



<sup>3</sup>Datos de OICA presentados durante el Salón del Automóvil de Ginebra en marzo de 2016. <http://www.oica.net/wp-content/uploads/OICA-March-2016-press-conference-Geneva.pdf>

## Motocicletas

En el sector de dos ruedas, el gran impulso para el desarrollo productivo en Brasil se produjo con la inauguración de la planta de Honda Motor Brasil en 1976, cuando la empresa se integró a la Zona Libre de Manaus y permitió que la compañía evolucionara de forma significativa con sus actividades. Hoy, la producción de motocicletas ya tiene una grande influencia en la formación del producto interno de Brasil, y el país ocupa la sexta posición en ranking mundial de los fabricantes.

Debido al crecimiento económico de la región, en los últimos diez años las motocicletas pasaron a tener una demanda mayor en Brasil y en otros países de América del Sur. De acuerdo con los datos facilitados por el Ministerio brasileño de Desarrollo, Industria y Comercio, contabilizando únicamente los datos nacionales, la participación de las motos en la flota general de vehículos brasileños pasó del 11,5% en 1998 al 26,5% en 2014. Datos de la Abraciclo (Asociación Brasileña de Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Scooters, Bicicletas y Similares) arrojan que Brasil suma, hoy por hoy, una flota de 24 millones de motocicletas.

En este mercado, Honda es el mayor fabricante para América del Sur, con una producción que ya ha superado la cifra de 21 millones de unidades. El extenso catálogo de productos varía de motos de 110 cilindradas (cc) hasta 1.800 cc, entre modelos nacionales e importados. Al cierre del último año fiscal, Honda registró su cuarto

*La fábrica de Manaus es la unidad productiva de motocicletas de Honda más grande en el mundo.*

año de descenso consecutivo en las ventas en el mercado brasileño, de un 19% con respecto al último ejercicio fiscal, con 943.794 unidades comercializadas. Esta contracción también afectó al desempeño en el resto de la región: en Argentina (-30%), en Chile (-18%) y en Perú (-8%).

Juntas, los fabricantes de motocicletas presentes en Brasil terminaron 2015 con una reducción del 16,8% en ventas y producción con respecto al año anterior (datos de la Abraciclo). El volumen total bruto ascendió a 1,26 millón de unidades, el equivalente a los niveles de producción de una década anterior (2005), cuando la producción alcanzó la cifra 1,2 millón de motos, lejos del pico de producción superior a los 2 millones registrados en 2011 en Brasil.

El principal reto del sector en Brasil todavía reside en la limitación del acceso al crédito, agravada por las turbulencias político-institucionales del mercado nacional —algo que repercute también en la falta de confianza del consumidor para adquirir bienes duraderos y que comprometan su renta—. Este panorama ha exigido que la compañía tenga que cambiar algunos procesos de relaciones con la red de concesionarios, permitiendo una mayor previsibilidad de ventas, una readecuación más ágil de la planificación de la producción y la reducción del volumen de stock.

Como respuesta a la reducción en las ventas de motocicletas, observada en los últimos años en Brasil, la producción de Honda viene pasando por frecuentes ajustes para adaptarse a la realidad del mercado. En marzo de 2016, la compañía anunció la suspensión temporal de una de sus líneas de montaje en la fábrica de Manaus y un programa de dimisión voluntaria (PDV) para los empleados de Moto Honda, HTA Indústria e Comércio y Honda Componentes, en las unidades de Manaus, Morumbi e Indaiatuba.



Línea de producción de motocicletas en Manaus (Amazonas)

## Productos de fuerza

En 2001, Honda pasó a producir motores estacionarios en la planta de Manaus (Amazonas), línea actualmente compuesta de veinte y tres modelos, de los que tres se producen localmente. En este segmento, también se comercializan los productos importados de otras unidades del mundo: generadores, motobombas, motoguadañas y pulverizadores de mochila.

La división de Productos de Fuerza Honda cuenta con más de 1.000 puntos de venta repartidos por el continente sudamericano: 613 en Brasil, 135 en Argentina, 214 en Perú y 55 en Chile, además de contar con filiales propias y distribuidores multimarcas en los demás países de América del Sur.

El mercado de productos de fuerza está vinculado al comportamiento del producto interno del país, ya que son bastante demandados por sectores productivos como los de la agroindustria y de la construcción civil. El último año fiscal, Honda obtuvo un acumulado de ventas de más de 117.000 unidades de productos de fuerza en la región sudamericana.

# 1.000

La división de Productos de Fuerza de Honda cuenta con más de mil puntos de venta repartidos por el continente sudamericano.

Debido a la crisis que sufrieron sectores como el de la agricultura y el de la construcción civil, las ventas cayeron un 6% en Brasil y en Perú y un 8% en Chile, en comparación con el año fiscal anterior. Argentina fue un caso aparte, ya que tuvo un crecimiento del 12% en las ventas del periodo a causa de la estabilización del dólar y del aumento de la confianza del consumidor después de las elecciones presidenciales.

## HONDA

### Servicios Financieros

El frente de servicios financieros de Honda reúne el Consorcio Honda, el Banco Honda y la Correduría de Seguros Honda. Presentes en todos los concesionarios de la marca en Brasil, estas empresas buscan facilitar el acceso de los consumidores a los productos a partir de planes de financiación y soluciones específicas

para las líneas de motocicletas, automóviles y productos de fuerza.

Ante el panorama económico del país, los servicios financieros Honda se volvieron aún más atractivos como forma de eludir las restricciones al crédito, vinculadas a altos tipos de interés y mayores niveles de desempleo.

### Consortio Honda

Con 35 años de presencia en Brasil, la mayor administradora de consorcio del país se destacó al ofrecer unos planes más ajustados al presupuesto de los clientes y con el beneficio de proporcionar una planificación más eficiente para la compra e intercambio de vehículos. En el ejercicio fiscal de 2015, el número de participaciones vendidas por el Consorcio Honda, en el segmento de automóviles, creció un 86% con respecto al año fiscal anterior. Por su parte, en el segmento de motocicletas, a pesar del descenso registrado por el mercado en el acumulado de los doce meses, esta modalidad sigue manteniendo una gran representatividad en cuanto a ventas, con 802.000 participaciones comercializadas, lo que representa el 80,2% de la cuota de mercado en el periodo analizado, según datos del Banco Central de Brasil.



## HONDA Consortio

*La mayor administradora de consorcio del país se destacó al ofrecer unos planes más ajustados al presupuesto de los clientes.*

### Banco Honda

Fundado en julio de 2000 para ayudar al cliente final en la financiación, en el periodo objeto de esta memoria, el Banco Honda financió un total de 114.000 motocicletas y 34.000 automóviles. Con la modalidad de Crédito Directo al Consumidor (CDC), el banco ya es el responsable de la financiación de cerca del 12,1% de las motocicletas y del 22,6% de los automóviles vendidos en la red Honda.

## HONDA Banco

┌ **12,1%**  
de motocicletas  
**22,6%**  
de automóviles  
financiados └

### Seguros Honda

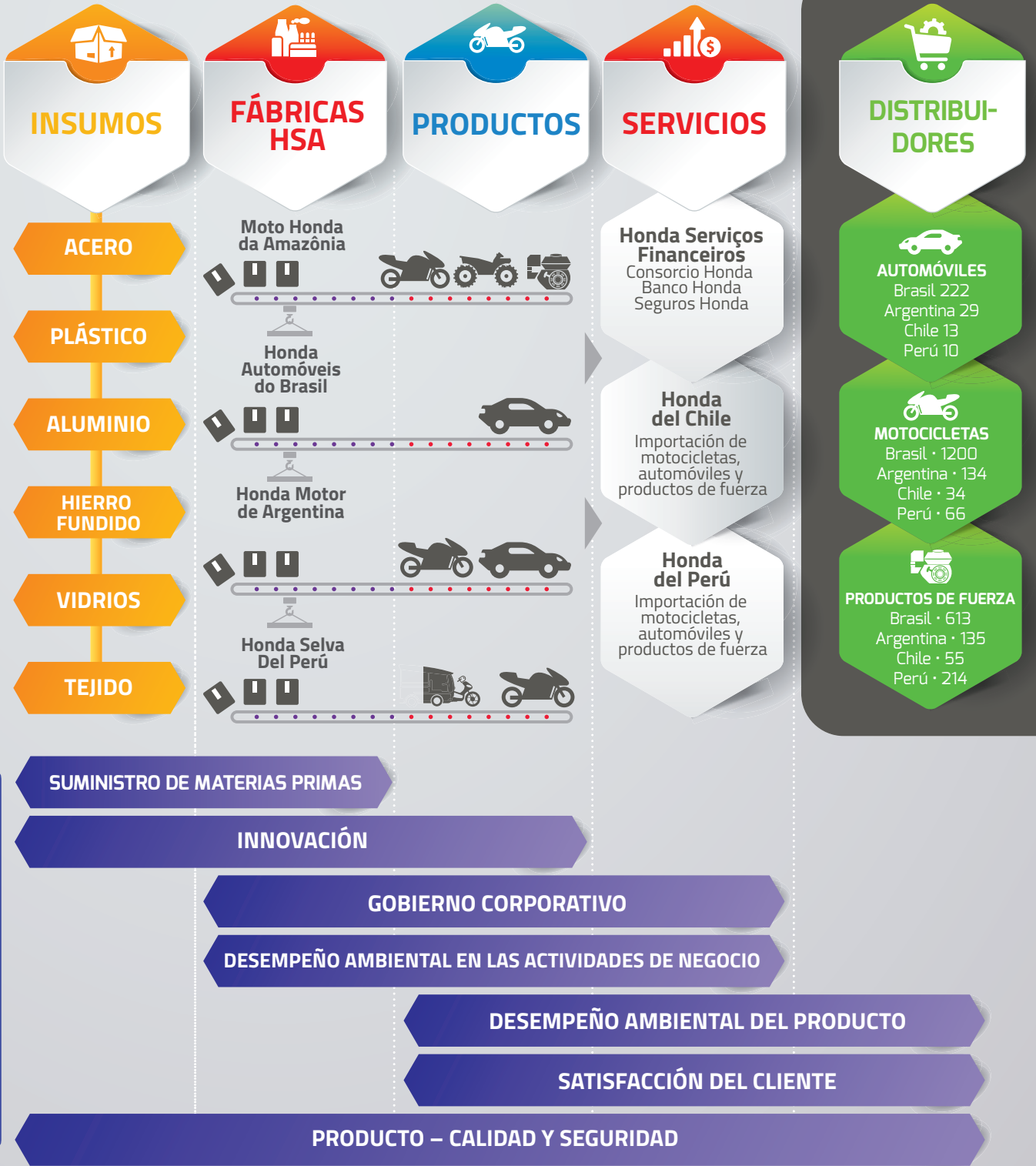
Desde 1987, Seguros Honda se encarga de ofrecer pólizas con unas condiciones competitivas de cobertura y costo a los clientes de la marca. La empresa es precursora en lo que se refiere a ofrecer seguros al mercado de motocicletas. El lanzamiento del seguro Moto Consumidor se produjo hace 14 años y se desarrolló a medida para ese público. El pionerismo de la compañía en este segmento la llevó a superar, durante el ejercicio fiscal de 2015, la marca de 1 millón de pólizas vendidas en el país.

## HONDA Seguros

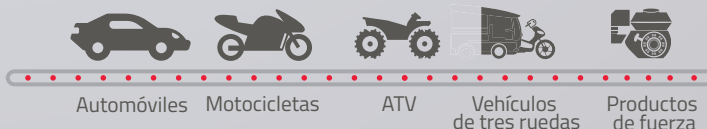
┌ Más de  
**1 MILLÓN**  
de pólizas vendidas └

# Modelo de actuación

[G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9, G4-17]



## PRODUCTOS HONDA



# Estrategia y objetivos

[G4-14]

El respeto a los consumidores es la gran marca de actuación de Honda en los diferentes mercados en los que está presente. La compañía mantiene este compromiso mediante el establecimiento de unas relaciones cercanas y constantes con todos sus socios empresariales —desde proveedores de componentes hasta concesionarios que comercializan automóviles, motocicletas y productos de fuerza— para ofrecer productos y servicios de la más alta calidad y proporcionar a los clientes la alegría de comprar un producto Honda.

A tal efecto, la empresa cuenta con un equipo de ventas específico para cada región del país, mantiene unas relaciones más estrechas y evalúa los puntos de venta para garantizar la calidad de atención al cliente. Además de certificados y evaluaciones del nivel de excelencia de conformidad con aspectos como instalaciones físicas y atención de venta y posventa, Honda también creó los Centros de Capacitación de Servicio en los municipios de Sumaré (Sao Paulo) y Recife (Pernambuco), que fomentan la formación y el perfeccionamiento constantes de los colaboradores de sus reventas.

**Para ofrecer productos y servicios de la más alta calidad y proporcionar a los clientes la alegría de comprar un producto Honda.**

**Su planificación se centra en la renovación constante de los productos y en la diversificación de su línea de productos, abarcando los más diferentes perfiles de consumidores.**

La red de servicios posventa consolidada y reconocida por su excelencia, la estructura eficiente de distribución de repuestos, los productos de la más alta calidad, la fiabilidad, la eficiencia y el alto valor de reventa conforman el valor añadido que han percibido los consumidores de la marca en América del Sur. Esa estrategia de actuación procura mantener unos sólidos niveles de fidelidad de los clientes de la marca, lo que se refleja en la reducción de los impactos provenientes de escenarios desafiantes, como los que vivió América del Sur en sus ventas durante 2015.

Otro foco estratégico está en la accesibilidad de los productos, meta concretada con la creación de servicios financieros cada vez más atractivos y personalizados para cada perfil de consumidor por medio del Consorcio Honda, del Banco Honda y de la Aseguradora Honda.

En su estructura interna, Honda tiene como foco el alto desempeño tecnológico, la producción eficiente y la construcción de una sólida cultura organizacional como principales elementos de su planificación estratégica. Este modelo se centra en la renovación constante de los productos y en la diversificación de su línea de productos, abarcando los más diferentes perfiles de consumidores.

## Automóviles

En el segmento de automóviles, Honda prioriza el desarrollo de modelos que combinan un diseño moderno y la alta tecnología de desempeño, que se resume en el concepto “el máximo para el hombre, el mínimo para la máquina”, en el que se maximiza el espacio disponible para los ocupantes y se minimiza el espacio necesario para los componentes mecánicos. La fabricación de productos con el más alto nivel de seguridad y de eficiencia en el consumo de combustibles se somete a evaluaciones ante entidades especializadas y autónomas como el Latin NCAP y el Inmetro.

## Motocicletas

En cuanto a las motocicletas, uno de los principales negocios de Honda en América del Sur, lo más destacado ha sido lograr satisfacer las demandas de los más diferentes perfiles de clientes. La compañía cuenta con una de las más amplias gamas de productos del mundo, que engloba vehículos desde 110 cilindradas (cc) hasta 1800 cc, para diferentes usos. Los productos cubren desde la necesidad de locomoción en centros urbanos hasta áreas de difícil acceso, la realización de actividades profesionales (como motomensajería o mototaxi) y el ocio on y offroad. PROGRAMA Honda Conduz



**Honda creó en 2008, la Certificación Honda Conduz, que reconoce a los concesionarios y puntos de venta que cuentan con una estructura adecuada y un equipo exclusivo para atender a estos clientes.**

## Excelencia en la atención a personas con discapacidad.

En el segmento de automóviles, Honda es una referencia en la atención a personas con discapacidad (PcD). Desde 1997, la compañía mantiene el programa Honda Conduz, que promueve capacitaciones específicas de los equipos de ventas para proporcionar información detallada sobre los vehículos y orientaciones con relación a las exenciones de impuestos en la adquisición de autos nuevos, con arreglo a la legislación vigente.

Además, como forma de incentivo para mejorar continuamente la calidad de la atención al cliente, Honda creó en 2008 la Certificación Honda Conduz, que reconoce a aquellos concesionarios y puntos de venta que cuentan con una estructura adecuada y un equipo exclusivo para atender a estos clientes. Durante el último ejercicio fiscal, la compañía obtuvo el mejor año en cuanto a resultados de ventas para este público.

## Productos de fuerza

En el segmento de productos de fuerza, Honda busca ofrecer artículos de acuerdo con las necesidades productivas más demandadas en las regiones en las que está presente. En este contexto están incluidos diferentes perfiles de consumidores, desde ribereños que necesitan motores estacionarios para sus embarcaciones rudimentarias, hasta ejecutivos que adquieren barcos de lujo de alta comodidad con nuestros productos. En Brasil, Honda produce tres modelos de motores estacionarios, incluyendo la generación GX, usada en diferentes sectores de la economía, como construcción civil y agroindustria. Además, la compañía ofrece generadores, motobombas, pulverizadores de mochila, motores fueraborda, motoguadañas y cortadoras de césped. La estrategia de la compañía es ampliar la gama de productos ofrecida, buscando ayudar al crecimiento y desarrollo de las economías de los países de la región.

## Aviones privados

La compañía avanzó en un nuevo frente de negocios en el continente sudamericano, con el inicio de las ventas en Brasil del HondaJet, el avión privado más avanzado del mundo. En 2015, Honda Aircraft Company, responsable de la producción del modelo en los Estados Unidos, celebró la entrega del primer avión. HondaJet ofrece diferenciales de tecnología revolucionarios e innovaciones en el diseño, incluida la configuración exclusiva de los motores sobre las alas (OTWEM – Over-The-Wing Engine Mount), que proporciona una mejor aerodinámica, mayor velocidad y eficiencia en el consumo de combustible, además de una cabina más espaciosa en relación con las aeronaves convencionales de su categoría. En Brasil, Líder Aviação es la representante exclusiva de ventas del HondaJet. La empresa lidera el segmento de aviación ejecutiva en Latinoamérica y cuenta con bases operativas en todos los principales aeropuertos brasileños.



Avión Privado HondaJet

*En 2015, Honda Aircraft Company, responsable de la producción del modelo en los Estados Unidos, celebró la entrega del primer avión.*

## Honda Energy

Inaugurado en 2014, el parque eólico de Honda Energy de Brasil es el primer parque eólico de la empresa, pionero en el sector automotriz nacional y en el grupo Honda en el mundo. Este emprendimiento produce energía suficiente para atender a toda la demanda de energía eléctrica de la planta de Honda Automóveis en Sumaré (Sao Paulo), que tiene una capacidad productiva anual de 120.000 autos.

**100%**  
de la demanda de energía eléctrica de la fábrica de automóviles fue abastecida a partir de la generación de energía limpia del parque eólico en Xangri-Lá (Rio Grande do Sul), em 2015.

## Servicios financieros

Con el foco puesto en ampliar el acceso de los diferentes públicos a sus productos, Honda ofrece ayuda en servicios financieros, cuya estructura está formada por el Consorcio Honda, Banco Honda y Honda Seguros. En momentos de desafíos económicos, como el ocurrido en 2015, donde la restricción al crédito fue mayor en mercados como el de Brasil, los productos financieros de la compañía contribuyeron aún más a la operación de la empresa. Durante el año fiscal de 2015, Honda facilitó el acceso del público por medio de la reformulación del portal que reúne los servicios financieros, del lanzamiento de la aplicación, además de comunicarle al público la ampliación del plazo de pago de 72 a 80 meses para la adquisición de participaciones de consorcio de motocicletas.

# Sostenibilidad en Honda

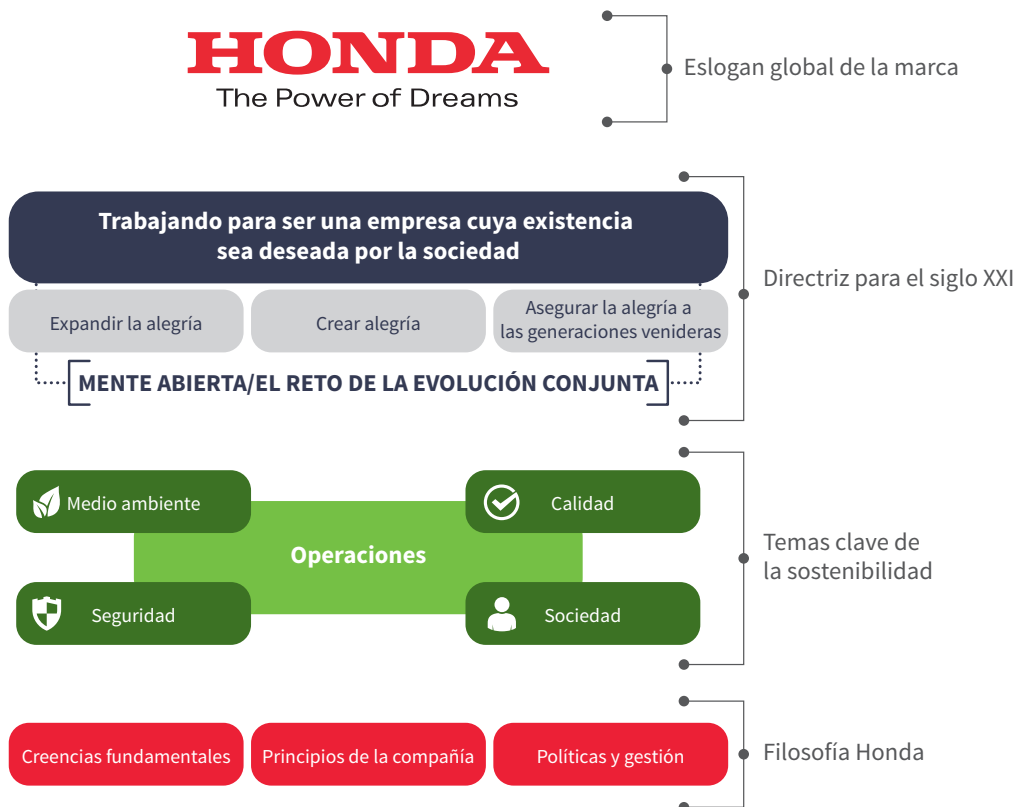
[G4-15, G4-16]

Más que una mera palabra: la sostenibilidad en Honda se practica en el día a día como parte de los valores que componen la filosofía de las actividades de la compañía. Los fundadores Soichiro Honda y Takeo Fujisawa dejaron como legado creencias fundamentales que destacan la importancia del respeto al individuo y de la valorización de la alegría generada por la experiencia del contacto con la marca. Esta filosofía, además de considerarse en las actividades del negocio y de la gestión, se extiende también al desarrollo de proyectos destinados al entendimiento y mitigación de los impactos generados por la producción industrial en el ámbito socioambiental.

En este aspecto, Honda definió cuatro pilares estratégicos para trabajar la sostenibilidad en sus operaciones: medio ambiente, seguridad, calidad y sociedad. Se trata de temas que se interrelacionan en la cadena de actuación

de la compañía en su papel de expansión de la movilidad como plataforma de negocio. Esta perspectiva se refleja en el compromiso definido por la empresa de mejorar continuamente la calidad y la seguridad de los productos, minimizando los impactos causados al medio ambiente y también contribuyendo al desarrollo cultural y educativo de las personas.

Su visión de sostenibilidad también está vinculada a una forma de actuación cercana y transparente con toda su cadena productiva —especialmente proveedores y concesionarios—. Consciente de la importancia de su papel en el sector y en las localidades donde actúa, Honda busca hacer partícipes a sus socios empresariales en todos los compromisos de la marca y reconoce a aquellos que trabajan para reducir los impactos ambientales de sus actividades y contribuir con el bienestar de la sociedad.





## Medio ambiente

El objetivo de Honda es ofrecer movilidad. Sin embargo, sus actividades pueden resultar en la emisión de CO<sub>2</sub>, uno de los gases causantes del calentamiento global. Por ello, tiene la responsabilidad de contribuir activamente a resolver los problemas ambientales que vienen preocupando a la comunidad internacional. Entre los principales objetivos de la empresa está la reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> en hasta un 50% antes de 2050, en comparación con los niveles del año 2000, y el posicionamiento ante las cuestiones ambientales y de consumo de energía. Al mismo tiempo, la empresa también está desarrollando esfuerzos para la mejora en la eficiencia del uso de recursos.



## Calidad

En medio a la globalización de proveedores, es vital que las áreas de desarrollo, compras, producción y otros departamentos se junten para buscar la calidad y la seguridad y, así, Honda pueda continuar proporcionando productos y servicios de la más alta calidad que satisfagan a los clientes de todo el mundo.



## Seguridad

A la vez que la mejora en la movilidad y en la infraestructura de transporte conlleva contribuciones a la sociedad, también puede contribuir al aumento en el tráfico y en los accidentes de tránsito. Las necesidades de las personas en relación con la seguridad también están creciendo. En este contexto, Honda trabaja para desarrollar tecnologías de seguridad, en la educación para la seguridad en el tránsito y en el manejo de los vehículos. Además, también busca divulgar informaciones que apoyen los programas de seguridad para garantizar una sociedad sin accidentes.



## Sociedad

Con la diversidad de problemas sociales, para contribuir con la sostenibilidad la empresa precisa entender las expectativas de sus grupos de interés en las diferentes cuestiones. Para ello, hacen falta recursos para asumir el reto. De acuerdo con la creencia fundamental de respeto por el individuo, Honda busca aprovechar al máximo sus diversos recursos humanos globales para sacar a relucir las capacidades individuales. Al mismo tiempo, fomenta el reconocimiento de la diversidad, del respeto y de la cooperación entre los individuos para, cada vez más, convertirse en una corporación con una gran habilidad para buscar soluciones.



# PRODUCTOS

# PRODUCTOS Honda



Línea de producción de Honda Automóveis do Brasil, Sumaré (Sao Paulo)

## Confianza en todo lo que hacemos

El respeto al consumidor es el principio central de la estrategia de actuación de Honda. La empresa considera que la continuidad de los negocios se garantiza mediante la confianza del cliente, conquistada desde la primera toma de contacto y percibida de forma constante a lo largo de todo el periodo de relación con la marca.

La compañía busca materializar ese compromiso por medio de la fabricación de productos con unos altos niveles de excelencia en calidad y

seguridad, ofrecidos a precios justos, lo que se hace posible gracias a las directrices y metas aplicadas en las unidades industriales, además de las inversiones constantes realizadas en investigación y desarrollo para la innovación.

Honda extiende estos valores y compromisos al resto de su cadena de producción, que engloba a todos los proveedores de piezas y materias primas, así como a los concesionarios, distribuidores de los productos y servicios de la marca al consumidor final.

### El principio de Honda

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

## Innovación

Honda busca ser una empresa deseada y respetada por la confianza depositada por el cliente en la compra de los productos y servicios de la marca. La compañía considera que la conquista y el mantenimiento de estos reconocimientos solo se pueden alcanzar mediante los avances tecnológicos generados por las inversiones en innovación.

La viabilidad para llegar a esos resultados se produce por intermedio de tres universos: la gestión de la innovación, la estructura de desarrollo tecnológico y la atención a los anhelos de los clientes y de la sociedad.

Para mantenerse innovadora, Honda invierte en estudios sobre demandas y expectativas de los consumidores, cruzando esos datos con los análisis de la competencia.

Las evaluaciones también consideran aspectos prácticos, como el acceso a materias primas disponibles en la cadena de suministro y la viabilidad económico-financiera exigida para su implantación en un nuevo producto. Los resultados sirven de insumo para elegir los aspectos prioritarios de innovación que se pondrán a prueba en el proceso de desarrollo de nuevos modelos y mejoras en automóviles, motocicletas y productos de fuerza.

Esta evaluación se emplea también para definir los cronogramas de los lanzamientos de acuerdo con las estrategias de posicionamiento establecidas para cada mercado.

Periódicamente, los altos cargos de la empresa en cada región revisan los nuevos productos a partir de las directrices de la matriz.



### CAPACITACIÓN PARA INNOVAR

La capacitación de los colaboradores es esencial para mantener la línea de trabajo innovadora de Honda. Por eso, la compañía invierte frecuentemente en cursos de formación, como el GAP (Global Assignment Program). Se trata de un programa estratégico de desarrollo internacional orientado a capacitar a los profesionales para actuar en un entorno globalizado y liderar los cambios estratégicos en Honda. Los cursos de formación están relacionados con los siguientes objetivos:

- Capacitación técnica y de gestión (liderazgo).
- Adquisición de know-how.
- Benchmarking de las operaciones mundiales de Honda.
- Experiencia internacional y networking.
- Aprendizaje de nuevos procesos que puedan aplicarse en Brasil.

Las inversiones en este programa forman parte de los compromisos de desarrollo local realizados por medio de las filiales repartidas por todo el mundo.

# Estructura de la innovación



Honda Fit 2015

## Automóviles

Desde 2001, Honda Automóveis do Brasil (HAB) mantiene junto a su fábrica de Sumaré (Sao Paulo) un Centro de Investigación y Desarrollo dedicado a la región de América del Sur, que fue ampliado en 2014 con la inauguración de las nuevas instalaciones. Este emprendimiento es uno de los principales centros de desarrollo de la empresa fuera del eje Japón-Estados Unidos. Con una capacidad para comportar a 300 ingenieros, el centro está compuesto por laboratorios y equipos técnicos que permiten desarrollar componentes y sistemas de motor y de transmisión, además de realizar pruebas de durabilidad, medición de emisiones y consumo.

Esta unidad también incluye un laboratorio de materiales dedicado a la validación de materias primas locales dentro de los estándares de calidad de la compañía que se emplearán en la producción de los automóviles. La estructura se dedica a investigar soluciones sobrevenidas de nuevos insumos con foco en la obtención de menores impactos ambientales y reducción de costos en el proceso productivo —todo ello sin dejar de lado los más altos requisitos de calidad, diseño, confort y seguridad en los productos.

En el desempeño de la innovación en automóviles, durante el ejercicio fiscal de 2015, Honda Automóveis Brasil (HAB) analizó un total de nueve temas, de los que dos fueron cancelados por motivos financieros, cuatro se finalizaron aplicándose en nuevos modelos, y tres siguieron en fase de desarrollo y pruebas para su implantación en los nuevos productos que se lanzarán.

Entre las patentes generadas por la gestión y estructura de innovación de la compañía, Honda envió a los organismos competentes cuatro registros en el periodo cubierto por esta memoria, de los cuales dos se aprobaron y siguen analizándose. Las patentes registradas el último año se refieren a proyectos que todavía no se han lanzado, lo que limita su descripción pormenorizada.



Logo Flex One

## Aspectos destacados de la innovación en automóviles

Entre los avances tecnológicos de la compañía en los últimos años, sobresalen ejemplos como el de la tecnología FlexOne, que resolvió problemas en el arranque de automóviles en situaciones de baja temperatura. Esta tecnología funciona a partir de un conjunto de calentadores

presentes en la línea de combustible que entran en acción en el momento en que las puertas se desbloquean mediante el mando de las llaves. Esta mejora aumenta la temperatura de la mezcla aire/combustible para garantizar un arranque rápido y seguro incluso con el auto frío.

**En los últimos tres años, Honda Automóveis invirtió R\$ 219 millones en investigaciones, desarrollo y ingeniería para contribuir a la innovación de sus productos.**

Durante ese periodo, la compañía concluyó el desarrollo de mejoras que supusieron una reducción en el consumo de combustible del modelo Fit en comparación con la versión anterior. En esa misma línea, Honda Automóveis do Brasil (HAB) también logró reducciones en el consumo de combustible del City y del Civic, en relación con sus versiones anteriores. Todos los modelos de automóviles de Honda fabricados en Brasil (HR-V, Fit, City y Civic) cuentan con el certificado A en el Programa Conpet del Inmetro (Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología), que mide la eficiencia de los vehículos en relación con el consumo de combustible.

## Motocicletas

**Honda también cuenta con un Centro de Desarrollo y Tecnología (CDT) dedicado al mercado sudamericano en el segmento de motocicletas**



Moto Honda XRE 190

El CDT, inaugurado en 2013, está instalado junto a la fábrica de Manaus (Amazonas) y fue concebido como un centro tecnológico multidisciplinario. La estructura alberga a cerca de 200 profesionales de la compañía que trabajan dentro del concepto “one floor”, en el que las áreas de Investigación y Desarrollo, Ingeniería y Manufactura y Compras trabajan en sinergia desde la concepción, el desarrollo y la validación del producto hasta su manufactura para, de esta manera, acelerar los procesos de toma de decisión y la obtención de resultados. El objetivo es reunir competencias diferentes para superar las expectativas de los clientes con productos de la más alta calidad.

El Centro cuenta con infraestructura de evaluación de productos, como un campo de pruebas con diversos tipos de pistas de pruebas que simulan las más variadas condiciones de uso de los vehículos, así como laboratorios de pruebas de motor, emisiones de gases y durabilidad de las motocicletas.

Entre lo más destacado del ejercicio fiscal de 2015, está la actuación de Honda en el desarrollo de nuevos modelos, como la XRE 190 —una nueva motocicleta trail on-off— además de renovar toda su línea de productos y ampliar el periodo de garantía a tres años.

## Aspectos destacados de innovación en motocicletas

En el segmento de motocicletas, Honda viene siendo pionera en el desarrollo de diversas innovaciones que tienen en cuenta las necesidades específicas de América del Sur. Ejemplos de ello fueron el pionerismo mundial en el desarrollo de la tecnología flex en motocicletas, cuyo objetivo fue atender el potencial de oferta brasileña de biocombustible (etanol), y la aplicación del sistema CBS\* para motos de baja cilindrada, con foco en mejorar la seguridad en el empleo de los vehículos de dos ruedas en la región.



**Pionerismo mundial en el desarrollo de la tecnología flex en motocicletas.**

Además, Honda implementó innovaciones tecnológicas en motocicletas, tales como inyección electrónica, sistemas de escape con nuevos catalizadores, nuevos motores y mapas de inyección con el objetivo de reducir los niveles de contaminantes de los vehículos.

\*Del inglés Combined Braking System. Sistema de frenado combinado que permite distribuir el poder de frenado en las dos ruedas de una motocicleta por medio de un mando único.

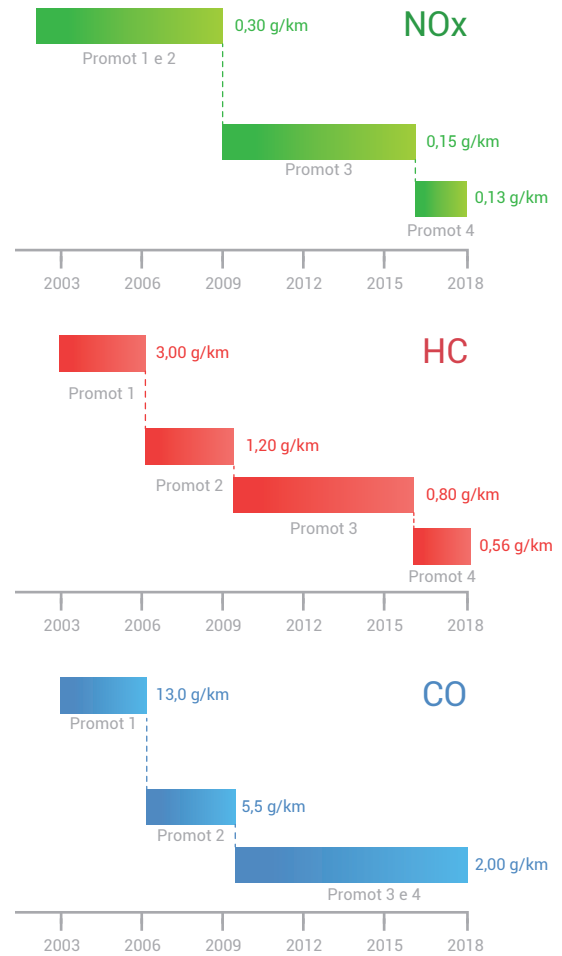
## Conquista de Moto Honda

En el ejercicio fiscal de 2015, Honda renovó su gama de motos (el 100% de los modelos) cumpliendo todos los requisitos de emisión vehicular del Promot 4 (cuarta fase del Programa de Control de la Polución del Aire por Motocicletas y Vehículos Similares). Para cumplir con ese riguroso programa de control de las emisiones de gases, las motocicletas Honda fueron más allá de las exigencias y alcanzaron unos valores bastante más pequeños que los límites fijados por la legislación (llegando a cerca de la mitad de los límites).



En la progresión del control de las emisiones de gases (CO, HC y NOx) a lo largo del tiempo, los límites fueron restringiéndose cada vez más hasta la fase Promot 4, que fija los límites de control actuales

### Modelos de motocicletas com velocidad máxima >= 130km/h



## Productos de fuerza

En este segmento, el foco de la innovación está puesto en el desarrollo de nuevos productos con el máximo de eficiencia, practicidad, menor consumo de combustible y nivel de ruido, siempre teniendo en cuenta las demandas específicas para cada mercado en el que la compañía está presente. En las regiones Norte y Nordeste de Brasil, la empresa viene centrándose principalmente en el segmento de las denominadas "rabetas" (motores estacionarios aplicados a embarcaciones de uso fluvial). En este aspecto, la apuesta es el motor estacionario GX200 Super, lanzado a finales de 2015 y destinado a las poblaciones ribereñas cuya principal fuente de ingresos es la pesca. Por lo que respecta a las regiones Sur y Sudeste, la idea es ampliar la actuación en el mercado agrícola y mantener su presencia en la construcción civil, importante segmento para esta parte del país.



Motor estacionario GX200 Super

# Calidad y seguridad

[G4-DMA, G4-PR2, G4-PR3, G4-EN30]



Honda trata la calidad y la seguridad de los productos como atributos esenciales de la marca. La preocupación con estos temas se remonta a los orígenes de la empresa e integra la filosofía de su fundador, Soichiro Honda, que definió la meta conceptual de producción del 120% en la calidad de fabricación de los productos. Para Honda, el 99% de perfección en calidad y seguridad de los productos es inaceptable, ya que el 1% restante da margen para que haya errores de fabricación y riesgos de generación de productos defectuosos, lo que puede traducirse en un gran número de clientes insatisfechos.

En la filosofía de actuación de Honda, los productos con meta de calidad elevada están asociados al enfoque fundamental de la compañía: contribuir a ser una empresa que la sociedad quiera que exista. En ese contexto, Honda extiende las preocupaciones con el producto más allá de los clientes directos de la marca. El objetivo de la empresa es ofrecer atributos de calidad y seguridad de los vehículos para proteger también a los peatones, algo que se resume en el eslogan Safety for everyone, usado en la comunicación marca.

---

***En la filosofía de actuación de Honda, los productos con meta de calidad elevada están asociados al enfoque fundamental de la compañía: contribuir a ser una empresa que la sociedad quiera que exista.***

---

Se trata de un concepto aspiracional que representa el sueño de la compañía por una sociedad sin colisiones en el tránsito en donde las vías y las carreteras se comparten en armonía.

Las operaciones fabriles de Honda cuentan con una política que define indicadores aplicados al estándar de calidad y seguridad de los productos. La totalidad (el 100%) de las motocicletas y automóviles Honda pasan por evaluaciones de calidad. Para asegurar el cumplimiento de todos los requisitos, la compañía adopta un sistema de gestión que promueve un monitoreo sistematizado, donde los indicadores, que se someten a controles y evaluaciones mensuales, confirman que se cumplieron las metas, con foco permanente en nuevas soluciones y mejoras.

La participación de los altos cargos es un elemento fundamental en ese proceso y garantiza la toma de decisiones correctivas inme-

diatas (en caso de problemas identificados) o la necesidad de mejorar las acciones preventivas.

Como estímulo a las mejoras, los indicadores de calidad se divulgan internamente siempre con foco en la definición de nuevos desafíos para la superación de metas. Además, Honda mantiene un programa de auditorías externas (realizadas por una organización certificadora independiente) para monitorear y perfeccionar el sistema de gestión de la calidad, conforme a las directrices de su certificación ISO 9001\*.

Después de la salida de los vehículos de las fábricas Honda, la compañía tiene como política el mantenimiento del proceso de monitoreo del desempeño de sus productos en campo. Si se identifican problemas, la compañía actúa de forma proactiva junto con los clientes para la reparación de los vehículos afectados, lo que se realiza mediante llamados a revisión (recall), de conformidad con los más rigurosos estándares del mercado.


**La participación de los altos cargos es un elemento fundamental en el proceso de evaluación de calidad y garantiza la toma de decisiones correctivas inmediatas.**


### Evaluaciones del mercado para el estándar de seguridad

Los resultados del modelo de actuación de Honda aparecen en los indicadores de calidad y seguridad de los productos realizados por el propio mercado. En automóviles, Honda ocupa las posiciones más altas en las evaluaciones del Programa de Evaluación de Vehículos Nuevos para América Latina y el Caribe (Latin NCAP), que ofrece a los consumidores informaciones independientes y transparentes sobre los niveles de seguridad de los diferentes modelos.


## Prêmio Latin NCAP

### Honda HR-V





★★★★★




★★★★★

---

[www.latinncap.com](http://www.latinncap.com)


TEST 2015

### Honda Fit / City





★★★★★



★★★★☆

---

[www.latinncap.com](http://www.latinncap.com)

TEST 2015

En el segmento de automóviles, en 2015, Honda alcanzó una vez más la evaluación cinco estrellas en relación con la protección de ocupante adulto (HR-V, City y Fit), cinco estrellas para ocupante infantil (HR-V) y cuatro estrellas para ocupante infantil (Fit y City).

\*Norma utilizada para la implantación de Sistemas de Gestión de la Calidad.

En casos de choque, Honda está preocupada en preservar las vidas de los ocupantes de sus vehículos y de los demás involucrados. El premio Latin NCAP evalúa la seguridad del vehículo en caso de colisiones; no obstante, es importante destacar que Honda invierte en el desarrollo

de elementos de seguridad activa para prevenir las colisiones, entre los cuales se destacan las tecnologías VSA (control de estabilidad) y Lane Watch (cámara para ángulo muerto) en automóviles, además de los sistemas de frenos CBS y airbag para motocicletas.

### Conozca un poco de cada uno de ellos:



#### VSA: Vehicle Stability Assist (control de estabilidad)

Tecnología innovadora que ayuda al conductor a escapar de situaciones de pérdida de adherencia en la parte delantera o trasera que podrían ocasionar una pérdida absoluta del control del vehículo. Este sistema monitorea el movimiento del auto mediante sensores e identifica situaciones en las que el vehículo tiene la tendencia de salirse del trayecto esperado/correcto. En tal situación, el VSA logra aplicar el freno en las ruedas (en cada una independientemente), así como controlar la fuerza generada por el motor, devolviendo el vehículo a su trayectoria correcta y segura.



#### Sistemas de frenos CBS

Tecnología de frenos que distribuye la fuerza de frenado entre las dos ruedas automáticamente, por eso se le conoce por el nombre de Combi-Brake. El sistema hace que el piloto reduzca la velocidad de forma más segura y eficaz.

#### Lane Watch

Gracias a una cámara, este sistema único de Honda captura imágenes en tiempo real del área de ángulo muerto del auto (muy difícil de ver utilizando únicamente los espejos retrovisores). Al poner el intermitente, dicha área aparece en la pantalla del automóvil, garantizando que el conductor cambie de carril con seguridad y evite colisionar contra otros vehículos.



#### Airbag para motos

Lanzado en 2006 por Honda Motor Co., fue el primer sistema de airbag para motocicletas del mundo. Este mecanismo está presente en el modelo GL 1800 Gold Wing, comercializado en Brasil.

# Cadena de suministro

[G4-DMA, G4-12, G4-EN1, G4-EN2, G4-EN23, G4-EN25, G4-EN28]

Una parte importante del estándar de calidad y seguridad de Honda está amparada en las materias primas utilizadas por la compañía y en la elección de sus proveedores. Para ello, la empresa sigue directrices internacionales, definidas por la matriz japonesa, y especificaciones técnicas, como principios que determinan la compra de los insumos aplicados en los productos de la marca.

Estos proveedores se definen mediante un estudio de viabilidad que verifica su capacidad productiva, calidad y costo competitivo. También se verifican otros puntos, como el análisis financiero y gerencial realizado por el departamento de Compras y la evaluación de riesgos que mide el potencial que este proveedor tiene de interferir en la producción de Honda

en caso de que se produzca un evento de orden natural o de mercado, además de solicitarle certificaciones ambientales y de calidad.

Adicionalmente, se les exige a los socios empresariales una calificación mínima de 80 puntos en calidad, de un total de 100, como condición para que puedan trabajar con la compañía. Durante la fase de prospección, los proveedores son consultados antes de la decisión de evaluación y contratación de la empresa para el suministro de los materiales. Bajo la responsabilidad del área de Compras, este proceso incluye diversos aspectos que integran el estándar Honda definido por la sigla QCDEMS (Calidad, Costo, Entrega, Medio Ambiente, Gestión y Seguridad).

## Evaluación de los proveedores Honda

Crterios	Aspectos
Gestión de riesgos	Evalúa la salud financiera del proveedor, la entrega en el plazo correcto y la cantidad solicitada.
Auditoría de QAV1*	Evalúa si el sistema de gestión de la calidad del proveedor sigue las normas vigentes.
Auditoría de QAV2*	Evalúa el proceso productivo para que la calidad exigida se cumpla y esté de acuerdo con los requisitos legales.

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

Los resultados de las evaluaciones sirven de parámetro para la consolidación de los indicadores que se traducen en una lista de clasificación de los proveedores. Estos indicadores se revisan mensualmente mediante el ciclo PDCA\*. Se trata del modelo en el que se realiza el análisis crítico de los resultados, trazando planes de acción de mejoras o correcciones en caso de desviaciones. Con el objetivo de mantener el control de costos de producción, el departamento también dispone de un indicador específico para la medición de las metas de reducción de costo definidas por la dirección de la compañía.

Dichos indicadores se evalúan de forma permanente y, en caso de una desviación en la meta de costo, el departamento de Compras puede hacer uso de algunas herramientas para acercar —o incluso llevar— las metas a los valores establecidos, las cuales son:

- Propuestas de modificación técnica que supongan una reducción de costo a condición de mantener el estándar de calidad.
- Aprobación de una materia prima equivalente a la especificada y que suponga una reducción de costo.
- Nacionalización de artículos importados.
- Regionalización por medio del uso de especificaciones del mercado local.



Con todo, la empresa entiende que evaluar no es suficiente. También hace falta ofrecer ayudas y oportunidades para el desarrollo de quienes componen la cadena productiva del negocio. Por eso, Honda promueve anualmente el New Honda Circle - Suppliers (Nuevo Círculo Honda de Proveedores, en español), un programa pensado para fomentar, a los proveedores, la busca de la mejora de calidad, costos, entrega, gestión y perfeccionar los servicios. Para participar, basta inscribirse y formar un grupo de trabajo con foco en la mejora de procesos y el desarrollo de colaboradores.

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



### Mejoras en los procesos de los proveedores

Uno de los resultados del New Honda Circle – Suppliers, en 2015, fue la aplicación de una nueva tinta con una menor cantidad de disolvente en las llantas de acero de los automóviles. Esta sustancia cumple con las especificaciones Honda y tiene un costo un 20% menor con respecto al producto anteriormente utilizado.

## AUTOMÓVILES

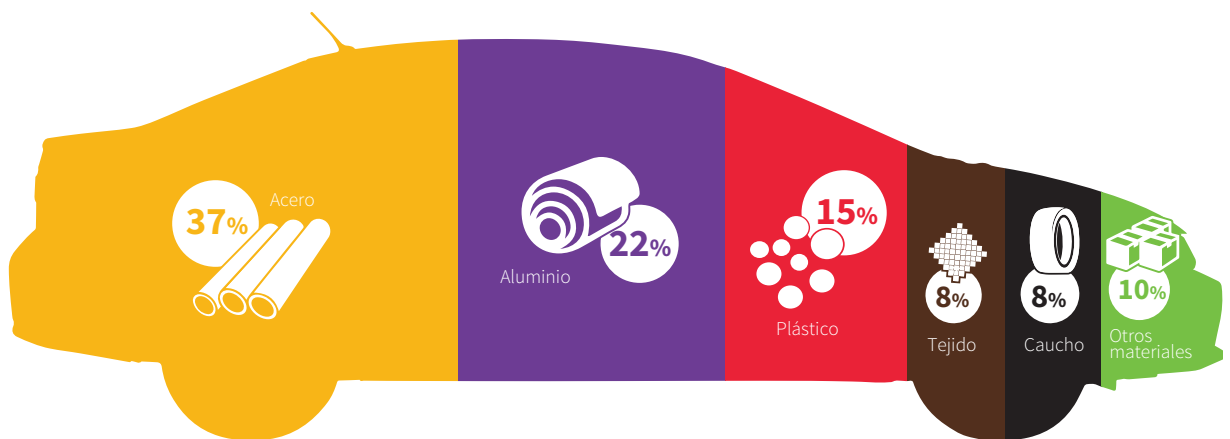
En la cadena de suministro para la producción de automóviles participan 140 empresas directas de piezas, componentes, materias primas y material secundario para la fabricación de los vehículos. Estos socios empresariales se clasifican según las características de los productos, pudiendo ser: materias primas, componentes,

estampados, plásticos, eléctricos, fundidos, forjados y mecanizados. Los proveedores locales participan con un promedio del 60% de la facturación total de los artículos necesarios para el montaje de un vehículo. En el año fiscal 2015, el 50% de los proveedores fueron contratados tomando como base criterios ambientales.

### PROVEEDORES ACTIVOS

Total de proveedores activos	140
Nuevos proveedores contratados en el año fiscal 2015	18

### ¿De qué está hecho un automóvil Honda?



### Reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> por parte de la cadena de suministro

Desde 2008, las fábricas de Honda en Brasil computan las emisiones de CO<sub>2</sub> con sus proveedores, que hoy representan al menos el 70% de la cadena en cifras de facturación. Hay una meta anual para que cada proveedor reduzca un 1% sus emisiones, meta que se mide mediante un sistema desarrollado por Honda Japón para todas las unidades en el mundo. Honda promueve, desde 2014, un proyecto con los proveedores que participan en ese cálculo para desarrollar trabajos de mejora ambiental. Las empresas con los mejores trabajos y resultados son reconocidas mediante la entrega de premios ambientales.

Por ejemplo, en Honda Automóveis se desarrollaron trabajos de mejora en el proceso de calentamiento de la aleación de aluminio, lo que supuso un ahorro en el consumo de energía eléctrica del 5%, dejándose de emitir 140 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera. Por otra parte, en Moto Honda se instalaron controladores de energía en los equipos de forja (máquinas de elevada potencia eléctrica) con el objetivo de reducir en un 10% el consumo energético y, consecuentemente, la emisión de CO<sub>2</sub> en aproximadamente 9 toneladas/año.

## MOTOCICLETAS

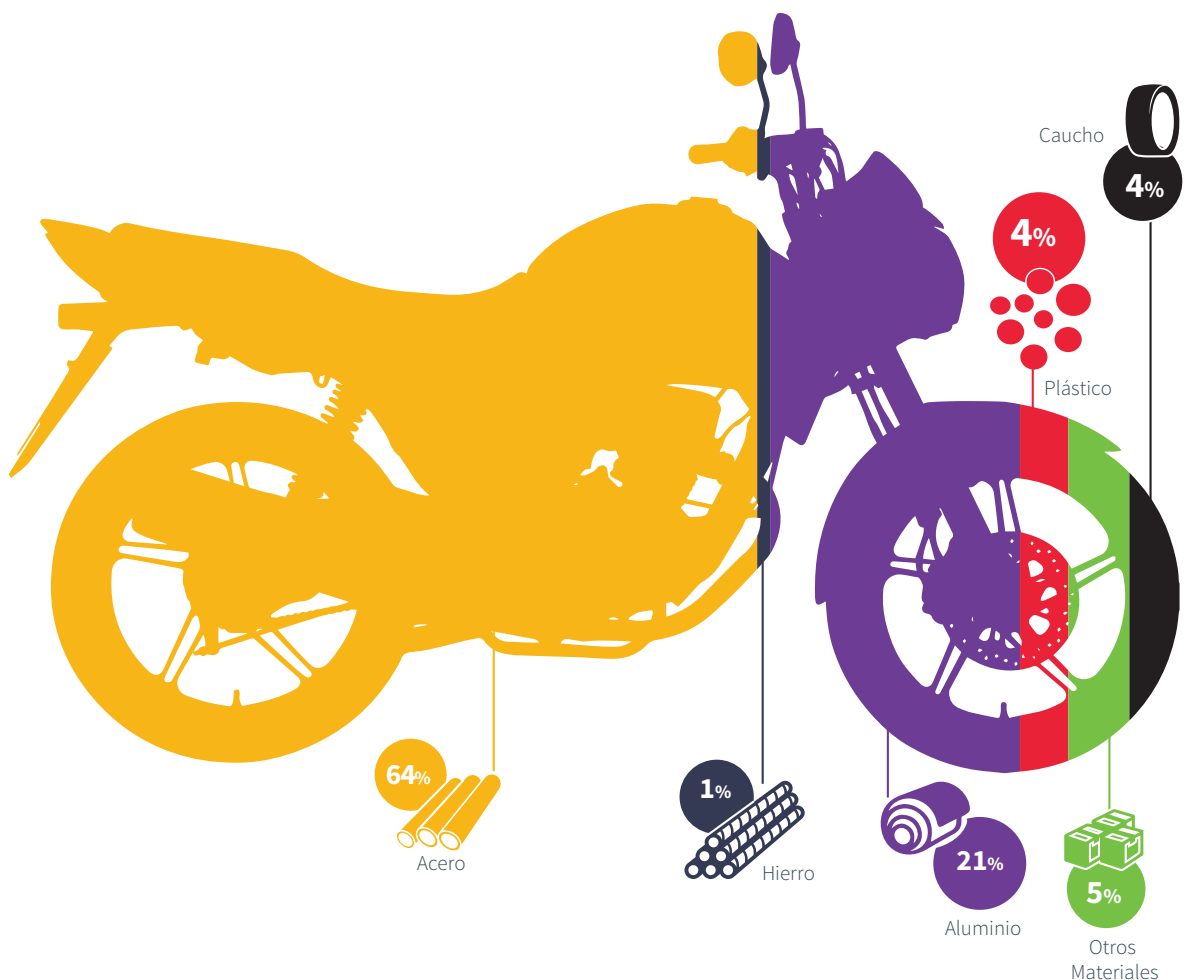
La unidad cuenta con una cadena de 115 proveedores directos que proporcionan piezas, componentes, materia prima y material secundario para la fabricación de motocicletas. Al igual que para los automóviles, estos socios empresariales también se clasifican según la característica de sus productos, pudiendo ser estampados, plásticos, eléctricos, componentes, fundidos, forjados y mecanizados.

Los proveedores localizados en Manaus (Amazonas) corresponden al 25% del total de Moto Honda y su facturación representa un promedio del 67% de la facturación total de los elementos necesarios para la fabricación de una motocicleta. Conviene destacar que la cadena de suministro del fabricante no presenta impactos ambientales significativos debido al tipo de proceso ejecutado.

### PROVEEDORES ACTIVOS

Total de proveedores activos	115
Nuevos proveedores contratados durante el año fiscal 2015	3

### ¿De qué está hecha una motocicleta Honda?



# Satisfacción del cliente

[GRI-DMA, G4-PR5, G4-PR8]

La esencia de la filosofía Honda es proporcionar alegría y bienestar a todos los que participan directa e indirectamente en sus negocios. Con ese espíritu, la compañía se aplica para ofrecer productos de la más alta calidad, a precios justos, con el objetivo de alcanzar la plena satisfacción de sus clientes locales y globales durante todo el periodo en el que estén en contacto con la marca.

Para lograr ese resultado, Honda mantiene equipos de venta y posventa dedicados a mantener una relación cercana con la red de concesionarios, eslabón entre los consumidores y los valores y productos de la compañía. Los

colaboradores de Honda asumen también la función de evaluar los puntos de venta para asegurar la calidad de la atención al cliente, observando aspectos como instalaciones físicas y atención en la venta y en la posventa. Los datos obtenidos se parametrizan según un estándar de excelencia predeterminado y sirven de base para la concesión de certificados a los concesionarios de la red.

Para estrechar las relaciones con la red de concesionarios, Honda realiza encuentros anuales con los titulares de las reventas, aclarando las líneas estratégicas de la compañía en el mercado nacional y sudamericano.

## Honda perfecciona el sistema de relaciones con sus consumidores finales

Durante el último año fiscal, Honda avanzó en el desarrollo de un nuevo sistema de relaciones con el cliente. Programado para implantarse en 2016, el proyecto MyHonda consiste en la creación de una plataforma de CRM que permitirá una mayor proximidad, agilidad en la comunicación y gestión eficaz de las relaciones con los clientes de todos los segmentos de actuación de la empresa. Todo ello concentrándose en ofrecer una excelente experiencia con la marca en todos los puntos de contacto y, consecuentemente, aumentar la satisfacción de los clientes. El sistema hará que Brasil tenga el modelo más avanzado en tecnología para sistemas de CRM, sin paralelo en el sector automotriz en América del Sur.

Además de aumentar la eficiencia y la efectividad en la medición de los índices de satisfacción de los clientes, MyHonda también será una herramienta importante para la obtención de sugerencias orientadas al desarrollo de nuevos productos. La compañía tiene como política la realización constante de investigaciones como guía de las decisiones de inversiones en innovación y de lanzamiento de nuevos productos. Estos estudios ayudan a analizar las necesidades y características reales de consumo del público objetivo.



## Honda dispone de un equipo interno de relaciones directas con los clientes compuesto por profesionales altamente cualificados.

En motocicletas, Honda llevó a cabo un importante cambio en su estructura de relaciones con los concesionarios. En 2015, la gerencia nacional de ventas, centralizada en Sao Paulo, se dividió en dos. Se formó una oficina regional, con sede en Recife (Pernambuco), dedicada a las relaciones con los concesionarios de las regiones Norte y Nordeste. El equipo está formado por ocho representantes de ventas, un supervisor y un gerente. El objetivo fue aumentar

el grado de especialización de los colaboradores Honda en los mercados de dichas regiones. En la atención posventa, además de los concesionarios, Honda cuenta con un equipo interno de relación directa con los clientes compuesto por profesionales altamente cualificados para brindar una atención técnica adecuada a las demandas de los consumidores de motocicletas, automóviles y productos de fuerza.



Concesionario de automoviles Honda

### Protección del valor de los productos

La preocupación con la garantía de valor de los bienes adquiridos por los clientes es otro foco de atención de Honda. La compañía promueve esfuerzos para mantener siempre su volumen de producción cerca de la demanda real de mercado, evitando así estrategias agresivas de venta que provoquen la devaluación los productos en circulación.

Como ejemplo de estos esfuerzos, en el segmento de motocicletas, Honda consolidó,

en 2015, la adopción del nuevo sistema de Planificación Colaborativa de Ventas, que presupuso la definición, en conjunto —Honda y concesionarios—, de metas de ventas dentro de una perspectiva de seis meses, con revisiones continuas mensuales. La nueva metodología actúa en la prevención de desequilibrios de oferta de la producción, reduciendo los riesgos de generación de stocks y contribuyendo con el mantenimiento de valores de los productos en el mercado.

## Respeto y transparencia en la relación con el cliente

Honda mantiene una estructura de operación dedicada a evaluar defectos después de la salida de sus productos de las fábricas. Si se identifican problemas que afectan a la seguridad del usuario, la compañía actúa de forma proactiva para solucionarlos por medio de llamados a revisión (recall), realizados de conformidad con los más rigurosos estándares del mercado y con una amplia divulgación en la prensa nacional y publicando información en su página web. Todos los componentes afectados se sustituyen o se reparan y los concesionarios son resarcidos. Hay que destacar que la cifra de retorno se ve afectada por la cantidad representativa

de vehículos de hasta 13 años de uso, lo que dificulta la identificación de su localización para entrar en contacto más fácilmente con su propietario y corregir el defecto.

Otro desafío constante es la disponibilidad de repuestos suficientes para atender a esos llamados, principalmente debido al mercado cada vez más globalizado en el que los proveedores necesitan atender diferentes marcas en todo el mundo. No obstante, en este sentido, Honda tampoco ha escatimado esfuerzos para poner a disposición los repuestos de forma rápida para atender con urgencia a sus clientes.

## Llamados a revisión del año fiscal 2015

### Brasil

Durante el año fiscal de 2015, de los siete llamados a revisión de Honda Automóviles, tres estaban relacionados con la reparación de insufladores de los airbags frontales provistos por el

fabricante japonés Takata\*. Los defectos en esos componentes afectaron a modelos de muchas ensambladoras en todo el mundo, cuyos casos más graves se identificaron en Estados Unidos.

## Automóviles

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
Fit y City	Cambio de airbag de conductor	164.076
Fit, City, Civic y CR-V	Cambio de airbag de conductor	477.580
Fit, City y CR-V	Cambio de airbag de conductor	314.945
HR-V	Tornillos del cubo de la rueda	3.889
Fit	Actualización del software de transmisión CVT	13.965
Fit, City, Civic y CR-V	Indicador de combustible	423.217
Fit	Depósito de combustible	604

## Motocicletas

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
VFR 1200	Eje cardán	489
Shadow 750	Sensor de inclinación	2.842
GL1800 Gold Wing	Cilindro maestro del freno	667
10 modelos	Interruptor magnético de arranque	11.922
CB500F / CBR500R	Indicador de combustible	9.801
XRE300 / CRF230F	Horquilla trasera	11.819

\*El llamado a revisión de Takata está relacionado con defectos en los dispositivos frontales de los lados del conductor y acompañante, que pueden despedazarse al ser accionados durante un accidente y provocar lesiones graves o incluso fatales. En América del Sur, Honda no registro ningún caso fatal.

## Chile

También afectada por el defecto de los airbags frontales suministrados por Takata, Honda Motor del Chile realizó en 2015 un llamado para la reparación preventiva de diversos modelos fabricados entre 2001 y 2009.

### AUTOMÓVILES

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
Accord	Cambio de airbag de conductor	880
Civic	Cambio de airbag de conductor	4.381
CR-V	Cambio de airbag de conductor	9.420
Fit	Cambio de airbag de conductor	376
Pilot	Cambio de airbag de conductor	699
Ridge-line	Cambio de airbag de conductor	14
City	Cambio de airbag de conductor	570
Pilot	Odómetro – reprogramación de módulo	77
Accord	Airbag lateral – reprogramación de módulo	387

### MOTOCICLETAS

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
Shadow 750	Sensor de inclinación	47
VFR 1200	Eje cardán	96
GL1800 Gold Wing	Cilindro maestro del freno	55
24 modelos	Interruptor magnético de arranque	1.135
CB500F CBR500R	Indicador de combustible	224
XRE300 XR250 CRF230	Horquilla trasera	40

## Argentina

En septiembre de 2015, Honda Motor de Argentina llamó a revisión el modelo HR-V (año 2016), para la verificación y posible sustitución de los tornillos de las ruedas. En noviembre, se realizó el llamado a revisión global de Takata, que convocó a los propietarios de los modelos Accord, City, CR-V, FIT y Civic. Por lo que respecta al segmento de motocicletas, se realizaron llamados para el mantenimiento preventivo y sustitución de la horquilla de suspensión trasera del modelo 2015 de la XR 250.

### AUTOMÓVILES

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
Civic	Cambio de airbag de conductor	31.252
CR-V	Cambio de airbag de conductor	32.908
Accord	Cambio de airbag de conductor	1.341
City	Cambio de airbag de conductor	19.504
FIT	Cambio de airbag de conductor	38.586
HR-V	Tornillos del cubo de la rueda	2.402
Accord	Airbag lateral – reprogramación de módulo	291

### MOTOCICLETAS

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
XRE300 XR250 CRF230	Horquilla trasera	2.071
VFR 1200	Eje cardán	1
GL1800 Gold Wing	Cilindro maestro del freno	12

## Perú

En Perú, Honda también realizó un llamamiento preventivo para cambiar el inflador del airbag como consecuencia del llamado a revisión global de Takata, así como un llamado a revisión preventivo para diversos modelos de motocicletas.

### AUTOMÓVILES

Modelos	Motivo	Cantidad de vehículos
Civic	Cambio de airbag de conductor y acompañante	2.053
CR-V	Cambio de airbag de conductor y acompañante	8.558
Accord	Cambio de airbag de conductor y acompañante	572
Pilot	Cambio de airbag de conductor y acompañante	229
City	Cambio de airbag de conductor y acompañante	1
Fit	Cambio de airbag de conductor y acompañante	1
Pilot	Odómetro – reprogramación de módulo	37
Pilot	Airbag lateral – reprogramación de módulo	175
Accord	Airbag lateral – reprogramación de módulo	201

### MOTOCICLETAS

MODELOS	Motivo	Cantidad de vehículos
Shadow 750	Sensor de inclinación	7
VFR 1200	Eje cardán	10
GL1800 Gold Wing	Cilindro maestro del freno	2
24 modelos	Interruptor magnético de arranque	350
CB500F CBR500R	Indicador de combustible	64

# Estudios de satisfacción

Entre las principales políticas de Honda está la realización de un estudio de seguimiento de la satisfacción del cliente tras los servicios posventa. Representado por un indicador propio, el Total Satisfaction Index (TSI), este estudio comienza tres o cuatro días después de que se realice algún tipo de mantenimiento o reparación. El proceso funciona mediante el contacto directo realizado por la concesionaria, que actualiza los datos del cliente y le envía un cuestionario por internet. Tras la conclusión de la encuesta, consolidada al 100% por las concesionarias, Honda recibe los datos, le proporciona informes gerenciales a la red y, si fuera necesario, puede ponerse en contacto directamente con los clientes insatisfechos para elaborar análisis conclusivos y generar acciones de mejora.

En los resultados del análisis de satisfacción del cliente durante el último ejercicio fiscal, Honda mantuvo estable el índice total de satisfacción, con una variación positiva del 1% en relación con el dato del indicador del período anterior.

*En el total del periodo, el 99,7% de los clientes se mostraron satisfechos con los productos y servicios de la empresa, de un total de 70.530 evaluaciones.*

Durante el estudio, Honda también recaba comentarios sobre la experiencia del cliente. En la red de concesionarios de automóviles, más de un tercio del total (el 35%) fueron elogios. En cuanto a la red de concesionarios de motocicletas, los resultados fueron aún más positivos, puesto que los comentarios elogiosos supusieron el 57% del total.

## Evaluaciones de mercado

En una encuesta realizada con 1.470 personas de ocho regiones del país, Honda Automóveis fue evaluada como la “empresa que más respeta al consumidor”. Este estudio lo realizó la publicación editorial “Consumidor Moderno”, en colaboración con la empresa Shopper Experience. Entre los principales atributos analizados están los productos y servicios de buena calidad y empleados solícitos, disponibles y gentiles en el trato con el público.





› GOBIERNO

# GOBIERNO



## Estructuras sólidas para una actuación de largo plazo

[G4-34, G4-38, G4-39, G4-56]

Honda South America (HSA) sigue unos rigurosos principios de gobierno corporativo. Es un tema considerado por la compañía como estratégico para el desarrollo de los negocios a partir de diferentes prismas. Unas reglas sólidas de gobierno ofrecen las condiciones necesarias para la obtención de los resultados, garantizando seguridad a las operaciones ante los riesgos internos y externos. Además, le garantiza a la filial una mayor autonomía e independencia de actuación, permitiendo respuestas rápidas en relación con los cambios y tendencias de los mercados locales.

El gobierno corporativo de Honda South America (HSA) está encuadrado en una estructura denominada ESG, por su sigla en inglés, que significa Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobierno.

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

# Gobierno corporativo Honda

## PILAR

## Cumplimiento regulatorio

Gobierno	Nivel de estándar de conducta y transparencia en los negocios.
Riesgos corporativos	Identificación y monitoreo de los riesgos para los negocios y definición de acciones de mitigación, eliminación o transferencia del riesgo.
Cumplimiento regulatorio	Cumplimiento de los requisitos legales, de los reglamentos y de las políticas, normas y procedimientos internos.

La compañía reúne normas y procedimientos aplicados de forma transversal a los diferentes departamentos y áreas de negocios. Estas normas incluyen, por ejemplo, políticas de prevención de la corrupción, prevención y lucha contra el blanqueo de capitales y el trabajo forzoso, gestión de riesgos y crisis, seguridad de la información, gobierno corporativo y gestión de salarios y beneficios. Se trata de un sistema que define las responsabilidades de los colaboradores (segregación de funciones por autorización, registro y custodia), competencias (límites de aprobación de inversiones y gastos) y riesgos o áreas de riesgos que están sujetas a supervisión por parte del Gobierno. Durante el año fiscal 2015, también se desarrolló y se aprobó una política de prevención al trabajo forzoso e infantil.

### Gobierno

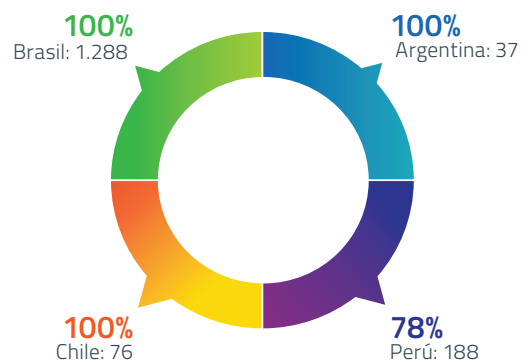
La actuación de los colaboradores está pautada por el Código de Conducta de Honda South America (HSA), que señala las directrices relacionadas con el cumplimiento normativo, la seguridad en el tránsito, la protección ambiental, la gestión de la información, los derechos humanos, entre otros aspectos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

En 2014 se implantó el Programa de Integridad (que ayuda a adecuar los procesos a la Ley Anticorrupción) y se mapearon todas las áreas que deberían pasar por una capacitación al respecto de este tema. Este programa, en continuidad a lo largo de 2015, incluye acciones específicas sobre corrupción, como la implantación de la política de prevención de la corrupción, identificación de áreas críticas\*, formación a los colaboradores y aceptación de los proveedores acerca del cumplimiento de la ley local de anticorrupción. En las empresas localizadas en Brasil, las

capacitaciones internas se realizan mediante e-learning. En las demás localidades, se realizan presencialmente.

Para garantizar que se puedan denunciar posibles infracciones del Código de Conducta, todos los colaboradores cuentan con un canal de comunicación directo con la Dirección, la Ventanilla HCG, mediante la cual pueden manifestarse por e-mail, carta-respuesta o usando las urnas repartidas por diferentes puntos estratégicos de las unidades, siempre con total garantía de sigilo.

### Porcentaje de gestores, empleados y socios empresariales capacitados en áreas críticas como: políticas anticorrupción y de lucha contra la corrupción (HSA):



### No críticas /Generales

Brasil	938 36%
--------	------------

Para el año fiscal de 2016, está prevista la conclusión del 100% de las capacitaciones para los gestores, empleados y socios empresariales en la política de prevención de la corrupción en Perú y para áreas no críticas en Brasil.

\* Las áreas críticas son las zonas con contacto directo con la agencia de gobierno, inspección o legislativos (ejemplos son Relaciones Institucionales, ventas, compras, legal, fiscal).

## Riesgos corporativos

Honda instituyó una política de gestión de riesgos global que define las directrices que seguirán las operaciones regionales. Los riesgos corporativos potenciales incluyen riesgos estratégicos, de desaceleración económica, recesión, cambios en las preferencias de los consumidores, aumento de los precios del combustible, crisis financieras u otros factores que provoquen una reducción de la demanda por automóviles, motocicletas y productos de fuerza, que afecten negativamente a los resultados de las operaciones de Honda.

Para fortalecer las prácticas de gestión en las diferentes regiones, en 2013 pasó a emplearse un nuevo modelo de gestión de riesgos para identificar, evaluar y tratar riesgos potenciales y reducir los impactos —o transformarlos en oportunidades— por medio de medidas preventivas. Se prevé que estas prácticas se establezcan totalmente antes del término del año fiscal de 2016.

## Cumplimiento regulatorio

Honda South America (HSA) trabaja para actuar de conformidad con la legislación y la normativa del sector, así como para definir políticas, normas y procedimientos internos que conduzcan las actividades del negocio de una forma clara y ética.

Para garantizar que se sigan las directrices relacionadas con el área de Compliance, la empresa cuenta con una evaluación interna de sus procedimientos, de acuerdo con la ley norteamericana Sarbanes-Oxley (SOX), que busca garantizar la implantación de mecanismos de auditoría y seguridad fiables. Los procesos se someten a la alta administración (Riesgos Corporativos, Autoevaluación, Controles Internos SOX, Canal de Denuncias) y se reportan a la matriz en Japón semestral y anualmente.

El área de Gobierno Corporativo evalúa, anualmente, la implantación y eficiencia de los sistemas de gestión y operación mediante la aplicación de un cuestionario para los gestores de todas las áreas, que posteriormente es analizado y evaluado por cada superior directo. Todas las evaluaciones de gobierno son formales para, así, enfatizar el compromiso de los involucrados.

## Sistemas de evaluación de gobierno que utiliza Honda

- ▶ Sistema de medición corporativa: autoevaluación por parte de los gestores (el 100% para gerentes y superiores) sobre los sistemas y operación de los procesos de gobierno.
- ▶ Sistema de medición específico: controles internos SOX sobre procesos relevantes de negocios y tecnologías (más de 90 procesos documentados y revisados anualmente) que son sometidos a la certificación SOX por una auditoría independiente.
- ▶ Sistema de normas y conducta: políticas y procedimientos corporativos, disponibles en intranet o directorios propios (normas restrictas) para el público interno. Estructura de Código de Ética, sigilo de la información, estándares de conducta formales y diseminados por capacitaciones y por la gestión del gobierno.

91  
riesgos corporativos

171  
gestores  
participan en  
el proceso de  
autoevaluación

94  
procesos SOX

Cabe reseñar que, en los últimos tres años, el 100% de las operaciones de venta directa de motocicletas y automóviles ha sido sometido a una evaluación de riesgos relacionados con la corrupción.

# Estructura corporativa

## Business planning office

Consolida la planificación estratégica y centraliza el control sobre los objetivos y metas de cada unidad de negocio. Esta área concentra la información y es la responsable de organizar un plan estratégico integrado para los negocios de Honda en la región.

## Comercial

Comercializa nacional e internacionalmente productos fabricados en Brasil. Responsable de alinear las estrategias regionales de venta, compartiendo las mejores prácticas mundiales y desarrollando nuevos mercados en América del Sur.

## Desarrollo

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



## Relaciones Institucionales, Relaciones Públicas y Regulación de Productos

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

## Sostenibilidad

Presente desde el inicio de las actividades de Honda, la sostenibilidad se encara como una estrategia de los negocios de la empresa. El compromiso permanente con la preservación del medio ambiente, la colaboración constante con las comunidades del entorno de sus unidades y la rigidez en el cumplimiento de la legislación y la normativa para la gestión de riesgos vienen madurando significativamente durante los últimos años. Estas acciones culminaron con la creación del departamento de ESG (sigla en inglés que significa Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Gobierno), que entiende y satisface las expectativas de los grupos de interés, integrándolas en la definición de la estrategia organizacional.

# Estructura corporativa

## Administrativo

El área administrativa está estructurada para actuar en procesos clave de los departamentos de Recursos Humanos, Tecnología de la Información, Contraloría, Sostenibilidad y Jurídico. Es la encargada de unificar políticas y procesos que posibiliten economías de escala provenientes de la centralización, garantizando así a uniformidad y el fortalecimiento de la cultura corporativa en todo el continente sudamericano.

## Ingeniería

Cada segmento de Honda posee un área propia de ingeniería que da soporte a las necesidades de todos los países de la región. El papel corporativo del área de Ingeniería es garantizar la sincronía entre la operación de cada local y los objetivos del negocio, además de ofrecer soporte técnico a las fábricas. Hoy, la Ingeniería de Moto Honda da Amazônia (HDA) tiene una función corporativa para motocicletas y productos de fuerza, mientras que la de Honda Automóveis do Brasil (HAB) tiene puesto el foco en la línea de automóviles de la compañía.

## Producción

Fabricación de productos con la norma de calidad Honda, como los proyectos desarrollados el área de investigación y desarrollo y según la demanda del mercado local.

## Auditoría interna

Verifica la conformidad de todos los procesos de la operación, para que estén alineados a los estándares de gobierno.

## Servicio al cliente

Esta área, compuesta por Posventa y Repuestos y con una estructura focalizada en las mejores prácticas de mercado, trabaja para garantizar que se logre la mejor atención posible, después de la compra y asegurar la satisfacción del cliente no solo con el producto, sino con la marca Honda de forma general. Además, mediante la unidad de Repuestos, tiene como foco mejorar los resultados de ventas y agilizar la distribución de los recambios, fortaleciendo su presencia en todo el continente.



# Asociaciones a las que pertenece

[G4-16]



## Brasil

### › ABRACICLO

#### Presidencia

(Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares)

### › SIMEFRE

#### Vicepresidencia

(Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários, Rodoviários e Duas Rodas)

### › ANFAVEA/SINFAVEA

#### Vicepresidencia

(Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores / Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóveis e Veículos Similares)

### › AEA

#### Dirección

(Associação Brasileira de Engenharia Automotiva)

### › FIEAM

#### Dirección

(Federação das Indústrias do Estado do Amazonas)

### › CIEAM

#### Dirección

(Centro da Indústria do Estado do Amazonas)

### › AFICAM

#### Dirección

(Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia)

### › Cámara de Comercio e Industria Nipobrasileña del Amazonas y Sao Paulo

#### Dirección

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

## Argentina

### › ADEFA

(Asociación de Fabricantes de Automotores)

### › CAFAM

(Cámara de Fabricantes de Motovehículos)

## Chile

### › ANIM

(Asociación Nacional de Importadores de Motocicletas)



DESEMPEÑO  
**SOCIOAMBIENTAL**

# DESEMPEÑO SOCIOAMBIENTAL



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

## Responsabilidad con el futuro de las próximas generaciones

En línea con la matriz en Japón, Honda South America (HSA) trata la seguridad y la preservación del medio ambiente como aspectos centrales del modelo de sus operaciones industriales y de relación con la sociedad.

Para ello, la compañía invierte constantemente para reducir los impactos ambientales inherentes al negocio. Mediante innovaciones que ayudan a aumentar la

eficiencia en el consumo y a reducir los niveles de emisiones de gases causantes del efecto invernadero, Honda se destaca en el mercado con iniciativas que incluyen la diversificación de su matriz energética con el uso de fuentes renovables. Además, la empresa también integra a su estrategia de sostenibilidad acciones de desarrollo social en las comunidades por medio de proyectos de apoyo al crecimiento económico, educativo y cultural.

# Declaración ambiental Honda

La sede de Honda en Japón, creó en 1992 la Declaración Ambiental de Honda, que se adoptó como base para la gestión ambiental en todas las filiales del Grupo en todo el mundo.

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

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

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

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

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

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

Reelaborado y anunciado en junio de 1992

## Visión Ambiental y Seguridad de Honda

Darse cuenta de la alegría y la libertad de movilidad y una sociedad sostenible en el que la gente pueda disfrutar de la vida

# Desempeño ambiental de las actividades de negocio

[G4-EC2, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN8, G4-EN9, G4-EN10, G4-EN11, G4-EN13, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN21, G4-EN22, G4-EN31]

La visión de sostenibilidad de Honda repercute en toda la cadena productiva de la compañía por medio de concepciones. Teniendo en cuenta el cambio climático, las cuestiones energéticas y el uso eficiente de los recursos, la empresa establece

metas y perspectivas para reducir el impacto ambiental de sus productos y servicios. De esta forma, trabaja con ocho conceptos que garantizan acciones de responsabilidad ambiental en toda la cadena productiva:



## Green Factory

Prevé metas y directrices de sostenibilidad para la reducción de impactos ambientales en el proceso productivo, lo que incluye la gestión de residuos, eficiencia energética, el uso racional del agua y la reducción de emisiones al aire.



## Green Purchasing

Su objetivo es optimizar el consumo de energía eléctrica y recursos, además de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> provenientes del proceso productivo de las piezas y componentes que abastecen a las fábricas.



## Green Logistics

Garantiza una reducción constante de los impactos causados en los procesos de transporte de los productos y piezas de la compañía



## Green Dealer

Estimula a la red de concesionarios Honda a destinar adecuadamente el 100% de los residuos generados en los servicios posventa y en la atención al cliente.



## Recycling (3R's)

Trabaja en el reciclaje desde la elección de los componentes del producto hasta al destino apropiado al final de su vida útil.



## Green Office

Busca la adecuación de las oficinas a las directrices de la empresa, con acciones de reciclaje, recogida selectiva y uso racional energía eléctrica, agua y papel.



## Green IT

Aúna tecnología de punta y preservación ambiental por medio de una serie de medidas como, por ejemplo, la optimización y transformación de servidores y la creación de centrales de impresión.



## Green Laboratories

Desarrolla e implanta tecnologías ambientales y energéticas para mejorar el desempeño de los motores Honda, reducir las emisiones al aire y desarrollar productos propulsados por energías alternativas.

## Green Factory

### Moto Honda da Amazônia (HDA)

El compromiso con las medidas de protección al medio ambiente empezó a ponerse en práctica en América del Sur desde el inicio de las operaciones industriales de la compañía en Brasil, con la inauguración de la fábrica de motocicletas, en Manaus, en 1976. Desde 1998, la planta tiene la certificación ISO 14001 y, en 2000, fue implantado el concepto Green Factory. Desde 2013, esta unidad también pasó a integrar el Programa Brasileño GHG Protocol, recibiendo el Premio Oro dos veces seguidas en 2014 y 2015.

### Honda Selva del Perú

Las plantas de motocicletas y vehículos de tres ruedas, localizadas en las ciudades de Iquitos, realizan una serie de actividades con foco en la responsabilidad ambiental. Son iniciativas en pro de la optimización del uso de los recursos naturales y de la reducción de emisión de CO<sub>2</sub>, además de campañas de concienciación para los colaboradores.

### Honda Automóveis do Brasil (HAB)

Desde el inicio de la producción de automóviles en 1997, Honda despliega esfuerzos de protección ambiental en la fábrica de Sumaré (Sao Paulo). Estas iniciativas adecuaron la unidad a los requisitos de la certificación ambiental ISO 14001, obtenida en 2005, y en 2008, a los criterios del concepto mundial Green Factory, orientado por la propia matriz de la compañía en Japón. A partir de 2011, la empresa pasó a integrar el Programa Brasileño GHG Protocol, que gestiona la emisión de gases, y viene recibiendo el Premio Oro desde entonces.

### Honda Motor de Argentina

El compromiso ambiental sigue en las demás operaciones de la compañía en América del Sur. En 1978 fue fundada Honda Motor de Argentina S.A., y en 2011, se puso en marcha la fabricación de automóviles en la ciudad de Campana, donde también se producen motocicletas. La fábrica recibió, en 2014, la certificación ISO 14001.



Vista aérea de la Fábrica de motocicletas en Manaus (Amazonas) y línea de producción en Sumaré (Sao Paulo)

## Emisiones

La búsqueda por la reducción constante de las emisiones de los gases causantes del efecto invernadero (GEI) forma parte de las acciones de Honda. La empresa se marca unas metas agresivas para la disminución de las emisiones de CO<sub>2</sub> en su cadena productiva, en las operaciones industriales y en sus propios productos.

Un hito de la materialización de ese compromiso fue la implantación del primer parque eólico de Honda Energy do Brasil, en Xangri-lá (Rio Grande do Sul). El proyecto concluyó su primer ciclo de operación en el año fiscal 2015, ya con la capacidad de abastecer el 100% de la producción de la fábrica de Sumaré (Sao Paulo), con la generación de más de **71.403 MW** de energía, lo que representa una reducción de **8.007**

**toneladas de CO<sub>2</sub>** a lo largo del período cubierto por esta memoria. Este emprendimiento es el único del sector en obtener el Certificado de Energía Renovable concedido por la ABEEólica (Associação Brasileira de Energia Eólica) y por la Abragel (Associação Brasileira de Geração de Energia Limpa).

En Manaus, con el objetivo de optimizar la matriz energética de Moto Honda da Amazônia, el departamento de Infraestructura implantó el uso de gas natural como combustible en los procesos de secado de piezas en las pinturas, en el horno de sinterización y en la preparación de alimentos para los colaboradores, sustituyendo al gas GLP (gas licuado de petróleo). Con esa mejora, fue posible reducir **1.453 toneladas de CO<sub>2</sub>** por año.

## Fuentes de emisión de Honda, según la clasificación del Programa Brasileño GHG Protocol

### Alcance 1

- › Combustión móvil
- › Combustión estacionaria
- › Residuos sólidos y efluentes líquidos
- › Fugitivas
- › Agrícolas (solo Moto Honda Amazonia)

### Emisiones biogénicas

Etanol  
Biodiesel

### Alcance 2

Adquisición de energía eléctrica

## Emisiones de GEI de las fábricas en Brasil

### Emisiones directas de fuentes renovables tCO<sub>2</sub>e



### Emisiones directas de fuentes no renovables tCO<sub>2</sub>e



### Emisiones indirectas por el uso de electricidad tCO<sub>2</sub>e



Honda Automóveis do Brasil  
 Moto Honda da Amazônia

(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)

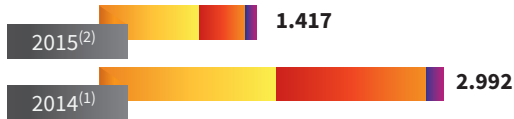
Las emisiones de GEI de las fábricas en Brasil se calculan de acuerdo con la metodología del Programa Brasileño GHG Protocol y fueron verificadas externamente.

La metodología del Programa Brasileño de Protocolo GEI determina el uso de tema de la red nacional, para el cálculo de emisiones indirectas por el uso de la electricidad, por eso la reducción de emisiones relativas al parque Xangri-Lá no se ve reflejado en el inventario de Emisiones de Honda Automóveis.

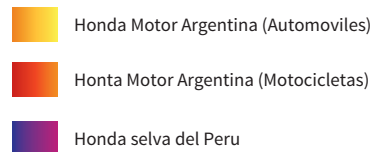
Honda Automóveis de Brasil también calcula las emisiones indirectas alcance 3, según el programa brasileño GHG Protocol para las categorías de transporte y distribución (upstream), Residuos generados en las operaciones y viajes de negocios. En el año 2015, las emisiones del alcance 3 de Honda Automóveis totalizaron 1.424 tCO<sub>2</sub>e.

## Emisiones de GEI de las fábricas en Argentina y Perú

Emisiones directas de fuentes no renovables tCO<sub>2</sub>e



Emisiones indirectas por el uso de electricidad tCO<sub>2</sub>e



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
(2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

En las fábricas de Argentina y Perú, las emisiones se calculan mediante una metodología propia.

Moto Honda da Amazônia aumentó su consumo de gases refrigerantes debido a climatización de nuevos puestos de trabajo y de las nuevas fábricas de componentes, además de la intensificación del mantenimiento preventivo de los equipos como

consecuencia de la alta temperatura en la ciudad de Manaus (Amazonas). Estos factores impactaron los volúmenes de emisión de GEI, sin embargo, no se reflejan cuando son convertidos en consumo de energía en GJ.

## Eficiencia energética

Dentro del concepto Green Factory, además de buscar el uso de fuentes de energía renovable, las unidades fabriles de Honda avanzan anualmente en acciones y procesos para ampliar los niveles de eficiencia energética.

Honda Automóveis do Brasil (HAB) desarrolló internamente una serie de mecanismos electrónicos para que los motores y quemadores utilizados por el departamento de Pintura pudiesen desconectarse parcialmente durante los períodos improductivos, sin comprometer la calidad del proceso. Este proyecto permitió una

reducción de **113.566 m<sup>3</sup>/año** en el consumo de gas natural y de **710 MWh/año** en el consumo de energía eléctrica utilizados en ese proceso. Este ahorro de energía eléctrica permitiría abastecer mensualmente a más de 300 residencias brasileñas.

En las áreas de Pintura y Línea de Montaje de Moto Honda da Amazônia (HDA) se sustituyeron los chillers enfriadores de tornillo y pistón por modelos centrífugos, que presentan una mayor eficiencia energética. Esta iniciativa supuso una reducción de **242.476 kWh** mensuales.

## Consumo energético en las fábricas

Emisiones directas de fuentes renovables GJ

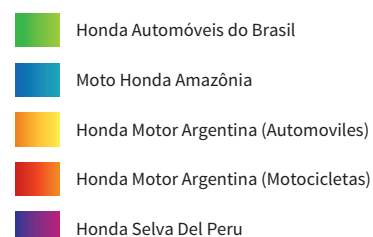


Emisiones directas de fuentes no renovables GJ



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
(2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Emisiones indirectas por el uso de electricidad GJ



## Uso racional del agua

El ahorro de agua también contribuye al consumo inteligente de un bien natural escaso. En las unidades fabriles de la compañía se adoptaron diferentes tipos de acciones en esa área.

Honda Automóveis do Brasil implantó una solución que se tradujo en un ahorro del 50% en el consumo de agua generado por el sistema de climatización, eliminando la fuga de **1.400 litros** de agua por hora. Esto se hizo posible mediante la reducción de la cantidad de boquillas en un 50% y la sustitución de las restantes por un modelo de diámetro más pequeño, lo que supuso también un ahorro del 30% del consumo de energía en el área. En otra iniciativa en la unidad de Sumaré, la

implantación de equipos de reúso de agua de lluvia hizo posible que el consumo de agua potable se redujera en **22.400 litros** por año.

Con el objetivo de reducir el consumo de agua potable del pozo artesiano, el equipo de división de Piezas de Moto Honda, localizada en Sumaré (Sao Paulo), implantó una medida que reutiliza el líquido de condensación del aire acondicionado. Ahora, se almacena en tanques para posteriormente emplearse en la limpieza de veredas y en el riego de plantas, en lugar de ser desperdiciado. Los tanques se reaprovecharon de la chatarra de la fábrica de automóviles. Esta acción provocó una reducción de **12,5 m<sup>3</sup>** del consumo mensual de agua.

## Agua retirada por fuente de las fábricas y adquirida

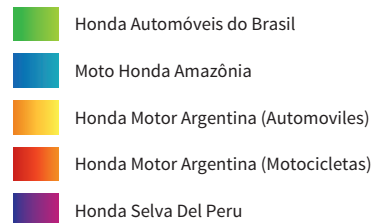
Consumo de agua captada de la red municipal (m<sup>3</sup>)



Consumo de agua captada de cuerpos subterráneos (m<sup>3</sup>)



Consumo de agua reutilizada (m<sup>3</sup>)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Honda Automóveis do Brasil, el consumo de agua del año en 2014 fue atípica debido a la ejecución de las obras para la construcción de nuevos edificios (tales como la sede administrativa de Honda América del Sur). Al año siguiente, el consumo volvió a niveles normales. En 2015, la red de interconexión de pozos para la distribución de agua para satisfacer puntos aislados y de alto consumo en la fábrica, proporcionando una mayor independencia en cuanto a suministro de agua a través de alimentación externa (camiones de agua).

## Residuos

La empresa tiene el compromiso de perfeccionar su sistema de gestión de residuos y promover su eliminación correcta, conforme a la legislación vigente, además de invertir en medidas que contribuyan a la reducción de esa generación. Al implantar acciones para el reaprovechamiento, la compañía se esfuerza para concluir el ciclo de vida de todos los materiales empleados en el proceso productivo. Para ello, desarrolla tecnologías que permiten reducir, reutilizar y reciclar los residuos, que incluyeron en el año fiscal 2015 acciones en el estampado y en la línea de montaje de automóviles, en las plantas de tratamiento de efluentes y en la producción de motocicletas, entre otras.

El departamento de Estampado de Honda Automóveis do Brasil (HAB), responsable de producir las piezas más grandes de los automóviles, como el capó, el techo y las puertas, desarrolló una forma de optimizar el consumo de materias primas y reducir el desecho de residuos.

Después de realizar algunas pruebas, se implantó una acción para reducir el tamaño de la chapa recibida del proveedor, sin modificar la calidad del producto. Así, es posible tener menos retales tras el corte, lo que evita que la generación de 163 toneladas de chatarra anualmente. En el segmento de motocicletas, todos los residuos generados por los procesos de producción se toman para la recogida selectiva de la fábrica, Moto Honda da Amazônia (HDA), en Manaus. En el año 2015, la empresa inició reciclaje de placas de acero de chatarra de la producción de componentes para la fabricación de cilindros de motor. Con la iniciativa, cerca de 20 toneladas de acero fueron reutilizadas.

**Ahorro de 163  
toneladas  
de chatarra  
anualmente**



Motor de la Moto Honda CB 1000

33%

Cada motor tiene aproximadamente un 33% de material reciclado. Actualmente, la fábrica de motocicletas produce 85.500 motores por mes.

En ese aspecto, el aluminio y la arena shell permiten el empleo de una determinada cantidad de material reciclado en su composición, respetando los límites especificados, para garantizar las propiedades mecánicas necesarias de seguridad de los productos. Cada motor, por ejemplo, tiene aproximadamente un 33% de material reciclado y, actualmente, la fábrica produce **85.500 motores** por mes. En el caso de la arena shell, la compañía destina el residuo a una empresa colaboradora,

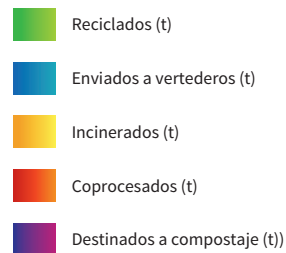
responsable de reciclarla y devolvérsela posteriormente a la fábrica para ser reutilizada en el proceso de fabricación de los moldes. El Centro de Distribución de Perú pasó a reciclar y a aprovechar sus embalajes de cartón. Con esta medida, se consiguió reducir cada año siete toneladas el consumo de este material. Este mismo proceso también se aplicó a la fábrica de vehículos de tres ruedas, y supuso una reducción de **54 toneladas** anuales.

### Honda Automóveis do Brasil

Residuos no peligrosos (t)



Residuos peligrosos (t)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Ha habido un aumento de residuos no peligrosos, principalmente de los reciclados de scraps de envasado y embalajes de piezas, debido al comienzo de la producción del modelo HR-V, en comparación con otros coches fabricados, presenta proporciones significativamente mayores.

### Moto Honda da Amazônia

Residuos no peligrosos (t)



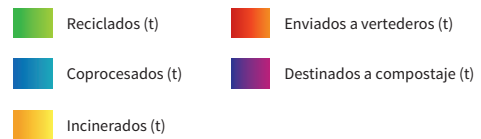
Residuos peligrosos (t)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

## Honda Motor Argentina (Automóviles)

Residuos no peligrosos (t)



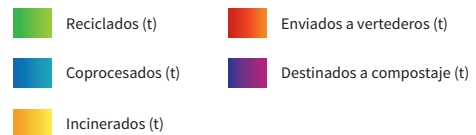
(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
(2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Residuos peligrosos (t)



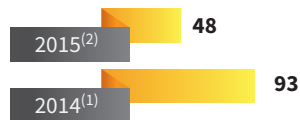
## Honda Motor Argentina (Motocicletas)

Residuos no peligrosos (t)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
(2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Residuos peligrosos (t)



## Honda Selva del Perú

Residuos no peligrosos (t)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
(2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Residuos peligrosos (t)



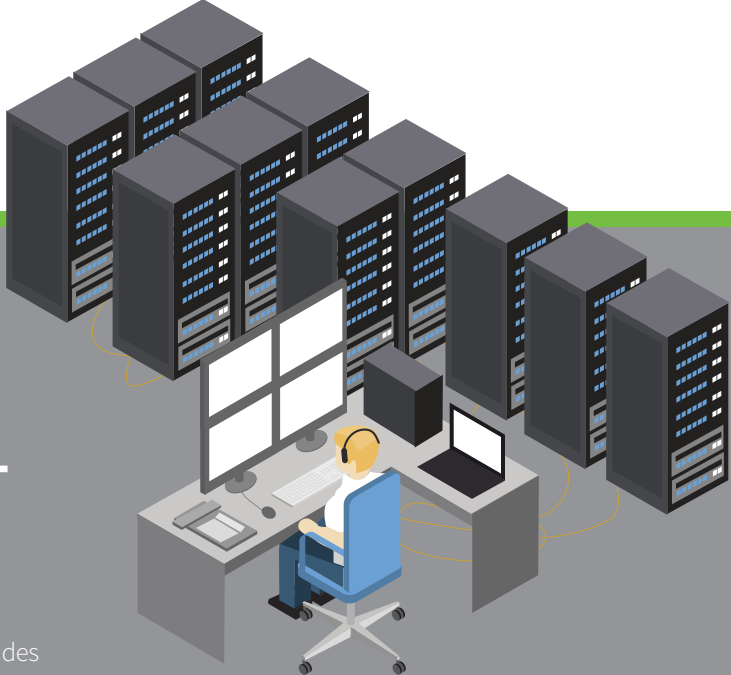
Honda Selva del Perú asigna los residuos considerados peligrosos, pilas y aceite, que representan menos del 1 % de su residuo total, a vertederos controlados y monitoreados según la legislación local.


## Green Office

La sede administrativa de Honda South America (HSA), ubicada en la ciudad de Sumaré (Sao Paulo) fue diseñada con unos recursos ecológicamente correctos, como lámparas con reflectores de aluminio adaptados para expandir la luminosidad y ambientes con ventanales para aprovechar la luz solar. Las ventanas también sirven para optimizar la ventilación natural —la unidad solo enciende el aire acondicionado en los horarios de mayor concentración de personas—. Para destinar correctamente los residuos, las oficinas

disponen de papeleras de reciclaje repartidas por todo el edificio.

El edificio localizado en la capital, Sao Paulo, donde están instaladas las áreas comerciales de motocicletas, productos de fuerza y Honda Serviços Financeiros, también tiene iniciativas similares. Además, un sistema automatizado apaga todas las luces del edificio durante la hora del almuerzo y al final de la jornada laboral. El aire acondicionado también es inteligente, al aumentar su potencia solo cuando la temperatura exterior aumenta.



 Green IT

Para alcanzar la premisa global de Honda de reducir el impacto ambiental en todas sus actividades de negocio, el área de Tecnología de la Información desarrolla anualmente proyectos de mejora para ofrecer una alta tecnología a sus colaboradores y optimizar recursos como la energía eléctrica. El proyecto de externalización del centro de datos en la sede administrativa de Morumbi, en la ciudad de Sao Paulo, se puso en marcha en 2014 y se concluyó en 2015. Ese mismo año, el proyecto se extendió al centro de datos de la fábrica de Automóviles de Sumaré (Sao Paulo), aumentando del 50% al 90% el nivel de virtualización de servidores. Esto permite que se emplee menos espacio físico, puesto que pueden ejecutarse múltiples aplicaciones en el mismo servidor. Consecuentemente, se consume menos energía eléctrica, ya que hay menos demanda de energía para mantener encendido el servidor y refrigerar el ambiente. Además, al final de la vida útil, habrá que eliminar menos servidores, lo que supondrá que se destine menos material tóxico al medio ambiente.

## Emisiones de GEI de las oficinas

Emisiones directas de fuentes renovables tCO<sub>2</sub>e



Emissões indiretas pelo uso de eletricidade tCO<sub>2</sub>e



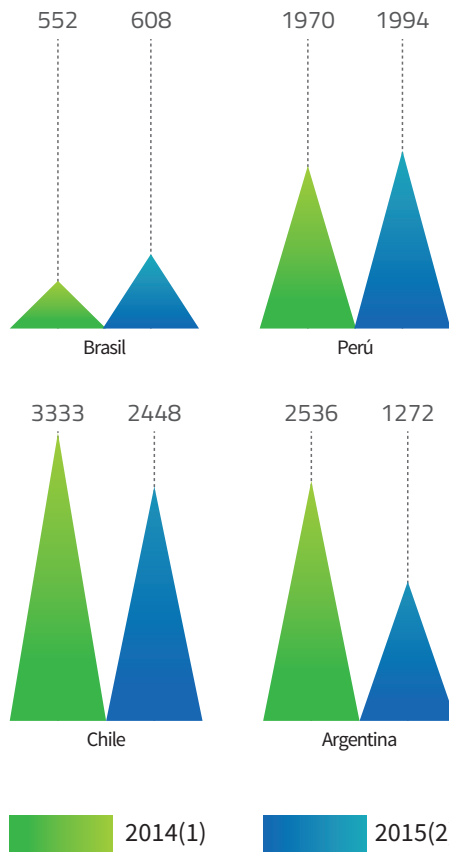
Emisiones directas de fuentes no renovables tCO<sub>2</sub>e



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

## KPI Emisiones

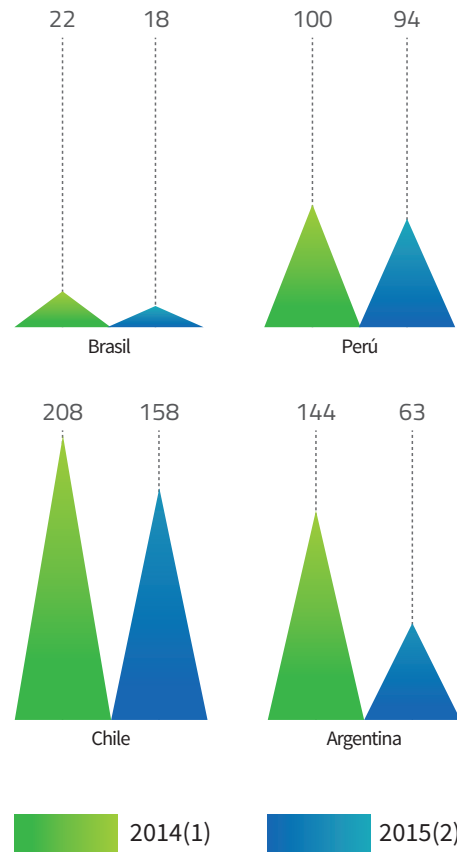
Emisiones de GEI de las oficinas  
KPI 2 (kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

## KPI Emisiones

Emisiones de GEI de las oficinas  
KPI 2 (kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

## Consumo energético de las oficinas

Emisiones directas de fuentes renovables GJ



Emisiones indirectas por el uso de electricidad GJ



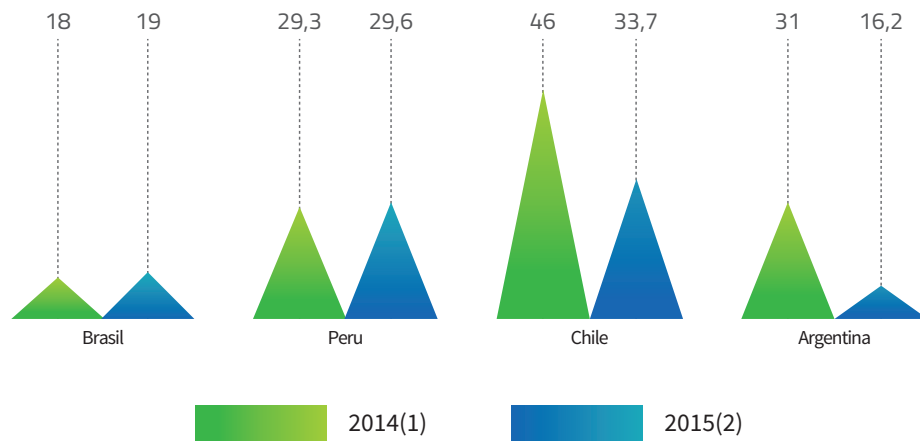
Emisiones directas de fuentes no renovables GJ



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

## KPI Consumo energético

Consumo energético de las oficinas  
KPI 2 (GJ/m<sup>2</sup>)

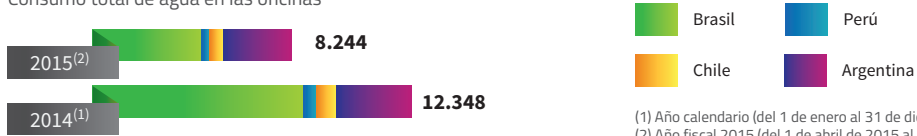


La sede administrativa de Honda South America (HSA) identificó un desperdicio de energía con la iluminación e implantó una medida para que las luces se apagaran en los

periodos de inactividad, como a la hora del almuerzo. Con esto, se redujo **89 kWh** por persona el gasto de energía, además de evitar la emisión de **6,3 toneladas de CO<sub>2</sub>** por año.

## Agua captada según fuentes de las oficinas

Consumo total de agua en las oficinas



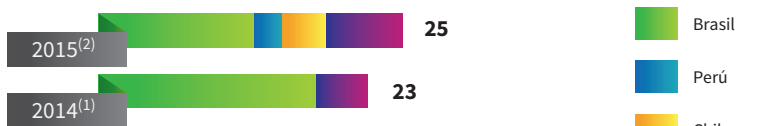
(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

La unidad administrativa de la ciudad de Sao Paulo desarrolló un proyecto que redujo el consumo de agua potable, teniendo en cuenta principalmente el problema de la crisis hídrica en la ciudad. Como el mayor empleo de agua potable era para abastecer los inodoros y urinarios, se estableció una meta de reducir

en un 30% el consumo. Para alcanzarlo, la solución encontrada fue captar el agua de la capa freática, tratarla y almacenarla para abastecer los aseos. Y, además, para garantizar la calidad del agua, se aplicó un tratamiento con gas de ozono que eliminó todas las bacterias, posibilitando su reutilización.

## Residuos de las oficinas

Residuos reciclados (t)



Residuos enviados a vertederos (t)



(1) Año calendario (del 1 de enero al 31 de diciembre)  
 (2) Año fiscal 2015 (del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

Los residuos del comedor de Honda South America (HSA), en Sumaré (Sao Paulo), se enviaban para que se trataran externamente, generando costos tanto para el tratamiento como para el flete, con la consecuente emisión de CO<sub>2</sub> del transporte. Ahora, los residuos de los alimentos se trituran en el propio fregadero y se envían de forma líquida

a la planta de tratamientos de efluentes biológicos que está dentro de la planta de Honda. Estos residuos de comida, ricos en materia orgánica, sirven de alimento para los microorganismos que son responsables del tratamiento del efluente. Con esta medida fue posible reducir en **2 toneladas** por mes la eliminación externa de residuos.

## Green Dealer

Con el crecimiento continuo de la red de concesionarios y el aumento de residuos generados en la prestación de servicios, Honda puso en marcha, en 2003, el desarrollo de una acción para reducir los impactos ambientales en posventa. El resultado fue la creación del Programa Concesionario Ecológico (Green Dealer), un certificado otorgado por Honda a los concesionarios de motocicletas y automóviles que destinan de forma correcta y eficiente el 100% de los residuos que generan.

Tras comprobar que se hayan destinado correctamente todos los residuos generados durante la prestación de servicios, el concesionario recibe el certificado de validez anual y, como apoyo, cuenta con una guía de referencia sobre instalaciones, procedimientos, capacitación de equipo y acuerdos de colaboración con proveedores especializados en gestión de residuos. Desde que se implantó el programa se han observado importantes evoluciones en la eliminación correcta de los residuos.

		<b>Neumáticos (kg)</b>	<b>Batería (kg)</b>	<b>Residuos sólidos (kg)</b>	<b>Aceite, lubricantes y combustibles (l) (kg)</b>
					
<b>AUTOMÓVILES</b>	2009	134	1.518	162.642	342.601
	2010	535	6.073	650.657	1.370.403
	2011	8.328	11.808	1.264.992	2.664.672
	2012	40.184	31.030	1.135.222	2.769.198
	2013	96.304	33.518	1.442.008	2.830.134
	2014	280.471	35.914	1.966.955	3.133.930
	2015	308.556	37.847	2.057.711	3.163.021
	<b>ACUMULADO</b>	<b>734.612</b>	<b>157.708</b>	<b>8.680.097</b>	<b>16.273.959</b>
<b>MOTOCICLETAS</b>	2008	17.748	1.102	327.555	1.454.304
	2009	36.443	2.262	672.580	2.986.171
	2010	70.993	4.407	1.210.221	5.817.216
	2011	92.291	5.729	1.703.287	7.562.381
	2012	89.960	138.072	2.097.953	5.166.412
	2013	200.651	105.009	1.971.018	5.011.355
	2014	383.403	85.467	2.596.906	5.474.612
	2015	298.966	111.563	2.700.930	5.308.322
	<b>ACUMULADO</b>	<b>1.190.455</b>	<b>453.611</b>	<b>13.280.450</b>	<b>38.780.773</b>



# Green Logistics

[G4-EN30]

En el transporte de piezas, recambios y productos, orientados por el concepto Green Logistics, Honda promovió reducciones de los niveles de emisión de gases causantes del efecto invernadero (GEI), durante el año fiscal de 2015, por medio de varias acciones, entre las más destacadas:

## › Prioridad del transporte por vías navegables

Honda aprovecha la hidrografía de Brasil para mejorar la eficiencia en el transporte de productos mediante el sistema de cabotaje. La empresa busca ampliar el transporte marítimo y fluvial como forma de aumentar la eficiencia en la logística de distribución de productos desde la fábrica de motocicletas de Manaus (Amazonas) hasta los puntos de apoyo de distribución en todo el país.

En 2015, la compañía desarrolló un proyecto de maximización de empleo de esta clase de transporte, centrándose en obtener un mayor volumen de distribución de motos en los puntos de atención de Camaçari (Bahía), Fortaleza (Ceará), Recife (Pernambuco) y Campinas (Sao Paulo). Además, invirtió en estudios de empleo de este medio que estimularon a seis proveedores de la compañía a adoptar el sistema de cabotaje en la entrega de productos, ampliando de dos a ocho el número de socios empresariales.

Con el primer proyecto, Honda logró reducir la emisión de **61 toneladas de CO<sub>2</sub>** por mes durante el año fiscal de 2015. En el segundo, la compañía ayudó a capturar la emisión de **113 toneladas de CO<sub>2</sub>** por mes.

## › Retorno de racks vía cabotaje

Durante el año fiscal de 2015, el departamento de Logística implantó algunos cambios que permitieron el retorno del 60% de los racks de transporte de motos de los PAD (Punto de Apoyo de Distribución) de Fortaleza (Ceará), Recife (Pernambuco) y Camaçari (Bahía), a la fábrica de Manaus (Amazonas) por medio de cabotaje. Antes retornaban a la unidad fabril por carretera y, gracias a esta acción, se ha podido evitar la emisión de **65 toneladas de CO<sub>2</sub>eq** por mes.

## › Optimización de la ocupación de los semirremolques

La readecuación de una serie de prácticas ha hecho posible la optimización del transporte de piezas por carretera a partir de la fábrica de Manaus (Amazonas). Estas acciones supusieron un aumento de la ocupación del 90% del espacio útil de los semirremolques, en vez del 75% anterior. Con ello, la compañía redujo la cantidad de viajes de semirremolques necesarios para el transporte de las piezas, lo que generó una captura de emisiones del orden de **63 toneladas de CO<sub>2</sub>eq** por mes.

Una medida similar se aplicó en Honda del Perú. Técnicos del departamento de Repuestos notaron que los camiones estaban saliendo con un 80% de su capacidad y lograron optimizar aún más los espacios. Con ello, esta área redujo de cinco a dos la cantidad de entregas diarias de repuestos de automóviles y motocicletas que salían de la fábrica rumbo a los concesionarios. Esta menor cantidad de viajes generó un ahorro de **6.138 litros** de combustible por año, y evitó la emisión de **15,6 toneladas de CO<sub>2</sub>eq**.

## Recycling

Honda Automóveis do Brasil (HAB) utiliza tejido de plástico reciclado de botellas de PET como insumo para la producción de fundas de los manuales de los autos que se venden a los clientes. En un balance realizado en el presente año fiscal con el proveedor de tejido de plástico reciclado, Honda contabilizó 127.560 botellas de PET recicladas entre 2011 y 2016, el equivalente a siete toneladas de plástico. Esta cifra se alcanzó después de una serie de cambios llevados a cabo en los modelos de las fundas de manuales realizadas por Honda en 2013. En el modelo inicial, con 11 botellas de PET recicladas se producían 21 fundas de manuales. Con el cambio de formato en el producto, se optimizaron los insumos, y esas mismas 11 botellas de PET garantizan hoy la producción de 41 fundas.



### Reciclabilidad de los productos

Honda, dentro de sus estrategias globales, viene procurando ampliar el nivel de reciclabilidad de sus productos, manteniendo el nivel de calidad y seguridad de la marca. Como resultado de esas acciones, la compañía mantuvo una tasa de reciclabilidad de nuevos

vehículos vendidos en el año fiscal de 2015 superior al 90%, en el caso de automóviles, y superior al 95% en el caso de motocicletas, además de un índice de reaprovechamiento de componentes y materiales también por encima del 95% en la línea de productos de fuerza.

### Tasa de reciclabilidad de los principales productos



# Colaboradores

[G4-10, G4-11, G4-LA1, G4-LA8, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11]

El equilibrio y la perennidad de los negocios de Honda están garantizados por la política de gestión de sus colaboradores. La compañía adopta cinco principios básicos que sitúan la valorización de los sueños individuales y la armonía del ambiente de trabajo como elementos centrales de su modelo de actuación. El objetivo es mantener a la empresa con un espíritu joven, desafiante y en constante evolución.

## Cinco lemas de la filosofía Honda

- 1 Mantener siempre el sueño y el espíritu joven.
- 2 Valorizar las teorías, ideas y el tiempo.
- 3 Amar tu trabajo y valorizar la comunicación.
- 4 Crear, constantemente, un flujo de trabajo armonioso.
- 5 Tener siempre en mente los valores de la investigación y la perseverancia.

### Número de empleados por tipo de empleo y sexo

	Hombres	Mujeres
Temporales	476	120
Fijos	10.130	1.309

Temporal: aprendiz y practicante  
 Fijos: suma de empleados de jornada completa y tiempo parcial  
 Las cifras indicadas en esta tabla solo consideran las operaciones en Brasil, Chile y Perú

### Número total de empleados fijos por tipo de empleo y sexo

	Hombres	Mujeres
Jornada completa	10.086	1.248
Tiempo parcial	44	61

\*Jornada completa: horas de trabajo / mes > 200h  
 Tiempo parcial: horas de trabajo/ mes < 200h.  
 Las cifras indicadas en esta tabla solo consideran las operaciones en Brasil, Chile y Perú

**Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo**

Tamaño de la plantilla	Hombres	Mujeres
Empleados	10.606	1.429
Contratados	730	90

\*Empleados = temporales + fijos  
Las cifras indicadas en esta tabla solo consideran las operaciones en Brasil, Chile y Perú

**Tamaño de la plantilla por región y sexo**

Región	Hombres	Mujeres
Brasil (Norte)	6.461	622
Brasil (Sudeste)	3.861	758
Argentina	1.117	94
Chile	63	14
Perú	221	35

\*Tamaño de la plantilla = empleados

**Número de nuevas contrataciones**

	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	588	61
de 30 a 50 años	111	23
Mayores de 50 años	0	1

\*Las cifras indicadas en esta tabla solo consideran las operaciones en Brasil, Chile y Perú

En ese aspecto, la tasa de rotación de la compañía también es más alta entre el público de colaboradores menores de 30 años. Durante el año fiscal 2015, la rotación fue del 21,83% entre los hombres y del 16,57% entre las mujeres, considerando únicamente los empleados fijos.

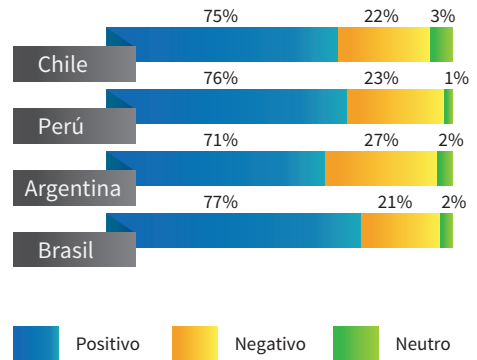
**Tasa de rotación de empleados (%)**

Brasil	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	21,83%	16,57%
de 30 a 50 años	5,05%	5,47%
Mayores de 50 años	8,45%	5,93%
Perú	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	22%	2%
de 30 a 50 años	27%	4%
Mayores de 50 años	0	0

<sup>11</sup> Durante el año fiscal, 730 nuevos contratados entraron en la compañía en Brasil.

La gestión de recursos humanos de la compañía se basa en los resultados del estudio de clima realizado cada año en las unidades de América del Sur. En 2015, Honda mantuvo unos buenos resultados en todos los países que componen el bloque.

## ENCUESTA DE CLIMA 2015



El estímulo a los sueños y al mantenimiento del espíritu joven y desafiante de sus colaboradores se concretizan mediante una cultura corporativa orientada al desarrollo continuo. Honda estimula la libre manifestación de los equipos sobre sus potencialidades e intereses en adquirir nuevas competencias.

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

### **Global Assignment Program (GAP):**

programa estratégico de desarrollo internacional, el GAP tiene como foco capacitar a la próxima generación para actuar en un entorno globalizado y liderar las estrategias y cambios de Honda. Los objetivos de desarrollo están vinculados a la capacitación técnica y de gestión (liderazgo); a la adquisición de know-how; benchmarking de las operaciones globales de Honda; a la experiencia internacional y al networking; y al aprendizaje de nuevos procesos que puedan

ser aplicados en Brasil. El año fiscal 2015, 16 colaboradores de Honda participaron en el GAP en periodos de desarrollo que variaron de uno a seis meses en Japón, Estados Unidos y en otros países.

### **Programa de Desarrollo de Ejecutivos:**

para fortalecer el rol de los líderes locales y preparar el desarrollo de la próxima generación de líderes Honda para América del Sur, se creó, en 2014, el EDP (Executive Development Program). Desarrollado en colaboración con el ISE Business School, este programa ofrece un plan diversificado de actividades que les garantiza una formación completa a sus participantes. Ejecutivos de distintas áreas de negocio interactúan entre sí desde una perspectiva que contempla la visión del macroentorno de la industria automotriz y ahondan en análisis financieros de la organización. El programa se organiza en tres pilares: filosofía y cultura Honda, liderazgo y gestión de personas y estrategia de negocios. Entre las herramientas de desarrollo practicadas están la Evaluación 360°, Test de Personalidad (MBTI), Plan de Desarrollo Individual (PDI) y Coaching Profesional con sesiones que buscan apoyar la implantación de los PDIs.

Durante el año fiscal 2015, las mujeres fueron lo más destacado en las capacitaciones realizadas por la compañía. Además de las capacitaciones, se ofrecieron oportunidades internas de actuación en otras áreas por medio de reclutamiento interno e por la práctica de la rotación de puestos de trabajo (job rotation).

### Promedio de horas de capacitación por empleado

[G4-LA9]

	Hombres	Mujeres
Directores	6	0
Gerentes y gerentes generales	32	67
Empleados (administrativo)	20	18
Empleados (fábrica)	4	8

\*Las cifras indicadas en esta tabla consideran las operaciones en Brasil, Argentina y Chile.

## NHC

Otra iniciativa importante y que contribuye al desarrollo de los colaboradores es el NHC (New Honda Circle). Se trata de un programa mundial de la empresa que tiene el objetivo de incentivar el intercambio de experiencias y aportar ideas para optimizar los recursos y mejorar los procesos internos y la calidad del ambiente de trabajo. El NHC reúne todos los años a grupos de colaboradores formados en todas las

unidades de la empresa en Brasil y en el mundo. En 2015 se inscribieron 1.784 grupos de las unidades de Manaus (Amazonas), Sumaré (Sao Paulo) y Sao Paulo (Sao Paulo), de los que 57 quedaron entre los finalistas. Aparte de ganar visibilidad y aprender, los grupos vencedores también participan en convenciones y tienen la oportunidad de que sus trabajos se implanten en el día a día de la empresa.

## Incentivo a los sueños en el comienzo y en el final de la carrera

Honda South America (HSA) tiene el Programa Nuevos Caminos, cuyo objetivo es preparar a los colaboradores que están a punto de jubilarse. La compañía ayuda a estos profesionales a mantenerse sanos y productivos incluso después de la jubilación. La duración de este programa es de cinco años y, durante este periodo, se realizan varias capacitaciones sobre finanzas y carreras.

En el lado opuesto, existe un trabajo para atraer jóvenes profesionales que están buscando oportunidades en el mercado. Mediante el Programa Jóvenes Talentos,

Honda ofrece a los nuevos estudiantes en prácticas y trainees un ciclo especial de actividades y capacitaciones que contribuyen al desarrollo profesional y a la construcción de una carrera sólida dentro de la compañía. Al participar en el programa, estos jóvenes profesionales pueden comprender el funcionamiento y la grandiosidad del negocio como un todo y conocer de cerca las principales actividades y estrategias de la empresa, recorriendo las áreas administrativas, comerciales, servicio al cliente, investigación y desarrollo de productos y la producción.

## Política de remuneración

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

Para asegurar un programa de remuneración cada vez más meritocrático y, principalmente, capaz de sentar las bases para sostener un crecimiento continuo de los negocios dentro de un escenario altamente competitivo, se implantó en 2014 el proyecto de Reestructuración de Cargos y Salarios.

Este trabajo se realizó con la ayuda de una consultoría especializada e introdujo las prácticas más modernas en el área de remuneración a Honda South America (HSA). Para ello, se realizó una amplia evaluación de los cargos, analizando el nivel de competencia técnica, el alcance de las actividades, las responsabilidades y el impacto de cada uno de esos puestos para la organización.

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

Así mismo, la empresa cuenta con diversas formas de beneficios, incluida la participación en beneficios y resultados y programas de bonificación que varían conforme a los resultados del negocio y a la evaluación del desempeño individual.

Además, ofrece méritos y ascensos en función del desempeño. Para optar al mérito, es necesario tener un año de antigüedad, llevar al menos un año sin recibir aumento salarial y tener una buena evaluación del desempeño durante el último año.

## Igualdad

Honda valoriza un ambiente de trabajo abierto, ofreciendo autonomía y equidad entre todos. Por ello, ningún colaborador, ni siquiera los directores y miembros de la presidencia, cuentan con salas separadas. En las unidades, todos comparten

comedor y vestuario, independientemente de su área de actuación o nivel jerárquico. Además de resaltar el principio de la igualdad, esta práctica busca facilitar la comunicación entre todos los niveles y la integración entre áreas y compañeros, fomentando así el trabajo en equipo.

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

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

## Seguridad y calidad de vida

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

Para cumplir con las normas reguladoras, se realizan todas las capacitaciones de seguridad exigidas por ley, como capacitación y reciclaje de brigada de emergencia; seguridad en la operación de prensas, similares e inyectoras; trabajos en espacios confinados y trabajos en altura; operación de montacargas y puentes grúa; curso de seguridad en instalaciones y servicios con electricidad; operación de plataformas elevadoras; etc.

Es importante destacar que las principales enfermedades profesionales susceptibles de incidencia en las actividades de Honda tienen que ver con la ergonomía. Por eso, además del cumplimiento de las normas reguladoras, Honda refuerza las medidas de prevención y tratamiento en esa área. La empresa mantiene una Comisión Interna de Ergonomía, cuyo equipo actúa a partir del Análisis Ergonómico del Trabajo (AET), utilizando herramientas ergonómicas, estándares de alcance y fuerza, entrevistas con colaboradores y consulta con un médico del trabajo para eliminar y reducir los riesgos existentes en los puestos de trabajo.

Se mapean todos los procesos productivos de la empresa con el objetivo que poder identificar las oportunidades de mejora. Estas acciones las gestiona el equipo de ergonomía del sector de Seguridad del Trabajo, con la ayuda mutua de la Comisión Interna de Ergonomía y la participación directa de los representantes de las áreas.

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

Es importante reseñar que diversas áreas de la empresa tienen representantes en el Comité de Salud y Seguridad, que centraliza los datos sectoriales y trata temas relevantes para los colaboradores que participan en las diferentes actividades realizadas por Honda. Los resultados se presentan mensualmente a la Dirección y las actividades se centran más en el área productiva, aunque también hay representantes en el área administrativa.

Cada representante se encarga de recibir la información del departamento de Seguridad Laboral, distribuirla a los equipos, centralizar los datos sectoriales, preparar los informes y enviárselos de nuevo al área de seguridad para consolidar la información y elaborar la presentación que se realizará ante la dirección.

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

## Política de prevención de los accidentes de trabajo

Honda tiene una sólida política de prevención de accidentes de trabajo. La compañía realiza un control constante de los riesgos de accidentes mediante un sistema propio y definiciones de indicadores de evaluación. El sistema trata los datos y los clasifica según su grado: trivial, tolerable y, como máximo, moderado. Su aplicación persigue controlar los riesgos en el entorno de trabajo, eliminándolos o manteniéndolos bajo constante observación.

## Relaciones sindicales

Dentro de los principios de respeto, ética y transparencia, Honda vela por el cumplimiento de las leyes, la normativa laboral y los convenios colectivos negociados con los sindicatos en cada localidad en la que actúa. Los valores de la compañía, guiados por la relación de confianza con los colaboradores, garantiza el derecho a la libre asociación sindical y políticas de puertas abiertas para la promoción de un diálogo constante.

Tras cuatro años de contracción del mercado de motocicletas en Brasil, reflejo de restricciones al crédito, variaciones del tipo de cambio, inflación, además de la crisis económica y política, Honda tuvo que adaptar la empresa a la realidad del sector. En este sentido, la empresa anunció la suspensión de una de las líneas de montaje de la fábrica de Manaus (Amazonas) y un programa de dimisión voluntaria (PDV) para los empleados. Aproximadamente 500 personas se inscribieron en el programa, que también contempló a colaboradores de la unidad de Sao Paulo e Indaiatuba (Sao Paulo). Por ahora, el fabricante está siguiendo la evolución del mercado, con confianza y a la espera de que mejore a medio plazo para que pueda volver a sus niveles de producción. Para Honda, los ajustes en la plantilla son siempre la última alternativa, después de haber agotado todas las posibilidades.

# 100%

**La totalidad (100%) de los empleados de Honda South America está cubierta por acuerdos de negociación sindical.**



## Together for Tomorrow

### Juntos para el Mañana

Siguiendo los principios mundiales, bajo el lema “Together for Tomorrow” (Juntos para el Mañana), Honda demuestra la importancia de las relaciones que mantiene con toda la sociedad. Basada en cuatro pilares (Medio Ambiente, Educación, Comunidad y Seguridad en el Tránsito), la compañía considera que la unión con la sociedad del entorno de sus operaciones, además de proporcionar desarrollo social, económico y ambiental, es el camino adecuado para ayudar a construir un mundo mejor y más justo para las generaciones venideras.

### Visión

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

### Principios básicos

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

### Orientaciones globales

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

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

*Creando en las relaciones de confianza como parte fundamental para la continuidad de los negocios, Honda contribuyó al desarrollo socioeconómico de las comunidades cercanas a sus operaciones industriales mediante proyectos sociales.*

# Educación



Promoción de 2015 del Curso de formación de profesionales

## Pioneros en movimiento

Por tercer año consecutivo, Honda Motor de Argentina realizó talleres en escuelas primarias en las ciudades en las que está instalada, estimulando así a los niños y niñas a desarrollar un espíritu crítico para la construcción de un futuro mejor. Estudiantes del 1er al 6º grado de diez escuelas de Campana, Florencio Varela, Pacheco y Vicente López participaron en actividades basadas en los cuatro principios de contribución social de Honda (medio ambiente, educación, comunidad y seguridad en el tránsito). Este evento contó con la participación de 41 colaboradores voluntarios de Honda.

## Curso de formación de profesionales

En 2015, 16 alumnos se formaron en la 9ª promoción del curso de formación de profesionales, proyecto educativo mantenido por el Centro de formación de Posventa Honda en Recife (Pernambuco), en asociación con Honda Serviços Financeiros y tuvieron acceso a su primer empleo en uno de los concesionarios de la marca, donde tendrán la oportunidad de desarrollarse profesionalmente. Con este proyecto, que se puso en marcha en 2007, Honda ya ha beneficiado a 165 jóvenes en situación de vulnerabilidad de la capital pernambucana. Más del 85% de ellos siguen activos en el mercado de trabajo. Esta iniciativa, se destina a vecinos de la región con edades comprendidas entre 18 y 20 años y que estén cursando o hayan terminado la educación secundaria.

Con más de 800 horas de capacitación, además de la formación técnica en los segmentos de automóviles y motocicletas, el curso ofrece a los jóvenes estudiantes orientación personal divididas en módulos sobre salud, relaciones familiares, informática, medio ambiente y comportamiento en el trabajo, incluyendo actividades para enseñarles acerca de la importancia del trabajo voluntario.

## Visita a la fábrica

En 2016, la fábrica de Honda de Iquitos, en Perú, abrió sus puertas a los estudiantes de los colegios y universidades locales para que pudieran conocer cómo se produce el principal medio de transporte de la región: la motocicleta. Los 126 visitantes en 2016 aprendieron acerca de los procesos de producción y el riguroso estándar de calidad internacional que sigue Honda.

# Comunidad



Proyecto de musicalización y de formación de Instrumentistas en Paraisópolis, zona sur de Sao Paulo (SP)

## Prato Fácil [Plato fácil] y Prato Cidadão [Plato ciudadano]

Por el módico precio de 1 BRL, la población de bajos ingresos de Manaus (Amazonas) cuenta con comidas nutritivas y equilibradas en los restaurantes de los proyectos Prato Cidadão —un acuerdo de colaboración de Honda con el Gobierno del Estado de Amazonas— y Prato Fácil —coordinado por el Ayuntamiento Municipal de Manaus en colaboración con el fabricante.

## Reciclando Sorrisos [Reciclando Sonrisas]

Todas las unidades de Honda Motor Argentina apoyan al Hospital Infantil Garrahan. La principal actividad de esta colaboración conjunta son las campañas de recolección de materiales reciclados que son vendidos para ayudar a costear los tratamientos de los niños que están en el hospital. En 2015 se reciclaron 7.157 kg de papel (el equivalente a 121 árboles) y se recolectaron 373 kg de tapones de botellas de plástico recolectados, evitando que 673 kg de CO<sub>2</sub> fuesen emitidos en la atmósfera.

## Proyecto de musicalización y formación de instrumentistas

El convenio entre Honda y la Orquesta Bachiana Filarmônica, del maestro João Carlos Martins, ya tiene más de cinco años. La empresa apoya este proyecto de musicalización y formación de instrumentistas en comunidades desfavorecidas, iniciativa que actúa en la comunidad de Paraisópolis, zona sur de Sao Paulo (Sao Paulo), bajo la batuta del maestro y su orquesta. Todos los años, esta iniciativa beneficia a cerca de 90 jóvenes en situación de vulnerabilidad

social con clases aulas de música clásica. Los participantes tienen la oportunidad de aprender a tocar instrumentos y de desarrollarse como profesionales de este arte, si lo desean.

## Movilización comunitaria

Crear en el poder de los sueños y transformarlos en realidad. Ese fue el objetivo del proyecto de movilización comunitaria, promovido por Honda Energy do Brasil en colaboración con el Ayuntamiento Xangri-Lá (Rio Grande do Sul), bajo la orientación metodológica del Instituto Elos. La iniciativa planteaba que miembros de la comunidad del barrio de Figueirinha se convirtieran en agentes transformadores de la realidad local mediante la realización de un sueño colectivo en solo dos días. Después de haber elegido la plaza como sueño colectivo, alrededor de 250 residentes y voluntarios de la región participaron en la construcción del sueño.

## Incentivo a la cultura

Durante el último año fiscal, Honda Automóveis, apoyó una serie de actividades sociales y culturales para la comunidad local. Talleres de fotografía, un festival de cine y presentaciones de obras de teatro gratuitas ocuparon la programación de los vecinos de la ciudad. Además de actividades culturales, la empresa también incentiva la práctica deportiva. El fabricante de automóviles patrocinó la Caminata de Sumaré y, para el siguiente año fiscal, está previsto el apoyo a un proyecto que ofrecerá clases de judo gratuitas a 60 niños, niñas y adolescentes de un barrio desfavorecido de la ciudad. En total, cerca de 37.000 personas de comunidad local se beneficiaron.

# Medio ambiente



16ª Gincana Ambiental en Manacapuru (Amazonas), patrocinado por Honda.

## Circuito da Ciência [Circuito de la Ciencia]

Realizado por el Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa), con el patrocinio de Moto Honda y el apoyo del Gobierno del Estado de Amazonas, el Circuito de la Ciencia es el mayor proyecto de socialización ambiental entre un instituto y las escuelas públicas de Manaus. El objetivo de esta iniciativa es hacer que los estudiantes aprendan, jugando, la importancia de respetar el medio ambiente. Talleres educativos, juegos y exposiciones sobre malaria y dengue, leishmaniosis, insectos acuáticos y el proyecto Ecoethos da Amazônia fueron algunas de las actividades que se ofrecieron a los estudiantes de las escuelas públicas en 2015. En sus 16 años de existencia, el circuito ha recibido a unos 60.000 estudiantes de escuelas municipales y estatales. Por año, son cerca de 2.800 alumnos de 40 colegios públicos.

## Proyecto agrícola

Ocupando un terreno de mil hectáreas, de las que 580 son de reserva forestal nativa mantenida por Moto Honda en Manaus (Amazonas), este proyecto persigue la

plantación de más de 26.000 árboles de especies en peligro de extinción (caoba, palo de rosa, copaiba y andiroba) y frutales (cocotero, chontaduro, acerolo, limonero, papayo y plátano). Como resultado, se produce mensualmente casi una tonelada de alimentos. Una parte de la cosecha la consumen los empleados de la fábrica de Manaus, y la otra se dona a instituciones de asistencia a niños y personas de la tercera edad de la región. En 2015, debido al fuerte verano, la plantación de frutas se vio perjudicada y, como consecuencia, también las donaciones. Con la normalización de las temperaturas, se reanudará la colaboración normal con estas entidades.

## Gincana Ambiental

En el año 2015, la Honda ha apoyado la 16ª Gincana Ambiental, evento realizado en Manacapuru (AM) con el fin de aumentar la consciencia de la comunidad de riberinha sobre la importancia de preservar los lagos Parú y Calado, que estaban siendo contaminado por el descarte equivocado de basura. Cerca de 1200 personas asistieron a la edición de este año y han aprendido a cuidar de los recursos a la actividad principal de la región: pesca.

# Seguridad en el tránsito

[G4-S01]



Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH)

Honda considera que no basta con ofrecer productos de calidad y alta tecnología. Para ofrecerle una experiencia satisfactoria al consumidor, es necesario garantizar las condiciones para que los vehículos se empleen con seguridad.

Referencia nacional en la formación de motociclistas conscientes con la seguridad en el tránsito, Moto Honda invierte en programas educativos y actividades itinerantes desde la década de 1970, cuando inició sus actividades en Brasil.

En este país, la empresa cuenta con tres unidades del Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH) en Indaiatuba (Sao Paulo), Recife (Pernambuco) y Manaus (Amazonas). Todos ellos disponen de una estructura y un equipo altamente capacitados para ofrecer cursos de pilotaje gratuitos a clientes, empresas frotistas y organismos públicos, como policías y bomberos, responsables de salvaguardar con rapidez a la población.

Los cursos de los CETH se dividen en clases teóricas y prácticas que posibilitan vivir diferentes situaciones del tránsito y condicionarse a reaccionar de forma segura. Los temas presentados van desde los mandos de la moto, inspección preventiva, equipos de protección, técnicas y estrategias de pilotaje hasta la conducción segura en lluvia y de noche.

Los equipos de las tres unidades realizan charlas educativas, test rides y actividades educativas itinerantes por todo Brasil. Además, para llevar los conceptos y las técnicas de manejo seguro a los clientes finales de todo el país, Honda cuenta con el apoyo de 42 Centros Educativos de Tránsito de los Concesionarios (CETC), cuyos instructores están certificados por los CETH. El último año fiscal, más de 49 mil personas participaron en las acciones en pro de un tránsito más seguro promovidas por Honda.

## Armonía en el tránsito



Para ampliar aún más la disseminación de los conceptos de manejo seguro, la empresa pone a disposición el portal Armonía en el Tránsito ([honda.com.br/harmonianotransito](http://honda.com.br/harmonianotransito)). En él, los usuarios tienen acceso a contenidos gratuitos de manejo de motocicletas, además de videos, ejercicios y animaciones 3D con consejos de tránsito para conductores de autos, motociclistas, ciclistas y peatones. Asimismo, también se puede descargar material sobre técnicas fundamentales y avanzadas de manejo seguro en carretera y off-road y de ATV.

## Curso avanzado de manejo para agentes públicos de Ecuador y Colombia

En 2015, los agentes públicos de Ecuador y Colombia recibieron el curso avanzado de manejo Honda, destinado a profesionales que conducen motocicletas en situaciones extremas. Se formaron 681 pilotos en 22 cursos, entre agentes de seguridad (policía civil y militar) y de otros organismos públicos.

## Curso de desarrollo de instructores de Centros de Formación de Conductores (CFC)

El Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH), el Departamento de Tránsito de Sao Paulo y el Sindicato de las Autoescuelas de Sao Paulo (Sindautoescola) firmaron un convenio de colaboración en 2014 para capacitar a los miles de instructores de las autoescuelas de todo el Estado que trabajan formando motociclistas. El objetivo de este proyecto es perfeccionar las técnicas de manejo de

En América del Sur, Honda cuenta con cinco unidades del CETH: tres en Brasil, una en Argentina y otra en Perú.

los futuros pilotos mediante profesionales responsables del primer contacto de los nuevos motociclistas con el vehículo.

Entre los temas que se tratan en el curso están: postura y equipos de protección, manejo en vías expresas y carreteras, estrategias de seguridad, frenado y cambio de dirección, comportamiento en curvas, manejo en la lluvia y de noche, desplazamientos en grupo, adversidades, cuidados en el transporte de pasajeros y manejo defensivo. En 2015, el equipo del CETH realizó 59 cursos. En total, más de 1.100 instructores de 238 ciudades paulistas fueron formados.

## Unidad móvil de manejo

En 2015, los CETH de Indaiatuba (Sao Paulo), Manaus (Amazonas) y Recife (Pernambuco), en colaboración con el departamento de Operaciones de Campo de Honda, llevaron la unidad móvil de manejo a nueve estados de Brasil. Mediante ella se realizan cursos,

charlas, campañas educativas y test rides para motociclistas que residen en municipios más alejados de las unidades del CETH. En 2015, 10.344 personas participaron en las actividades itinerantes en 14 estados brasileños. Desde 2013, han sido más de 20.000 personas beneficiadas por la acción.



Unidad móvil de manejo



Parque infantil de tránsito del clubinho Honda en el Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH) de Manaus (Amazonas)

## Educación en el tránsito desde los primeros años de vida

Consciente de la importancia de la educación para la construcción de un mundo mejor, Honda creó, en 1992, el proyecto Clubinho Honda – Tránsito Amigo [Club infantil Honda – Tránsito Amigo]. El objetivo de esta iniciativa es enseñarles la importancia de la buena convivencia en el tránsito entre peatones, ciclistas, motociclistas y conductores de autos, de forma amena y divertida.

En 2009 se presentó al público infantil la versión digital del proyecto. En la página [honda.com.br/clubinhohonda](http://honda.com.br/clubinhohonda), padres, profesores y niños pueden aprender y divertirse con manuales, cómics, videos y videojuegos. En todos los materiales, un superhéroe y su troupe simulan situaciones reales del tránsito dando lecciones importantes sobre seguridad.

En 2012, el Centro Educativo de Tránsito Honda (CETH) de Indaiatuba (Sao Paulo) inauguró el parque infantil de tránsito del club infantil Honda en sus dependencias.



Este espacio, abierto a los alumnos de escuelas públicas y privadas del municipio, reproduce una ciudad con la intención de transmitir conceptos de educación en el tránsito. Circulando en ella, los más pequeños reciben clases prácticas subidos en motos eléctricas de juguete. Durante el periodo objeto de esta memoria, los CETH de Recife (Pernambuco) y Manaus (Amazonas) estaban terminando la preparación de sus parques de tránsito infantiles para estrenarlos durante el primer semestre de 2016.

Este proyecto también se comparte con las comunidades de otras regiones de Brasil y cuenta con el apoyo de la red de concesionarios Honda que promueve, periódicamente, actividades educativas, distribuyendo cómics y libros infantiles a los niños y niñas de todo el país.



› ÍNDICE  
**ANALÍTICO**

# ÍNDICE ANALÍTICO **SELLO GRI**

[G4-32]



INDICADOR	Página	Capítulo	Omisión/Nota
<b>Estrategia y análisis</b>			
G4-1	4	Mensaje de la administración	
G4-2	4	Mensaje de la administración	
<b>Perfil de la organización</b>			
G4-3	20	Acerca de Honda	
G4-4	12, 20	Acerca de Honda	
G4-5	12, 20	Acerca de Honda	
G4-6	12, 20	Acerca de Honda	
G4-7	12, 20	Acerca de Honda	
G4-8	12, 20	Acerca de Honda	
G4-9	12, 20	Acerca de Honda	Los datos relativos al perfil de colaboradores los controla actualmente HSA de acuerdo con el periodo de cálculo del año fiscal japonés (del 01/04/14 al 31/03/15).
G4-10	12, 71	Acerca de Honda	Desempeño socioambiental
G4-11	71	Desempeño socioambiental	En Brasil, todos los colaboradores que trabajan en Sumaré forman parte del sindicato de los metalúrgicos de Campinas. En Argentina, los colaboradores forman parte el SMATA (Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor); en Chile no hay afiliados a sindicatos, y se cumplen todas las reglas impuestas por el organismo gubernamental (Dirección del Trabajo).

INDICADOR	Página	Capítulo	Omisión/Nota
<b>Perfil de la organización</b>			
G4-12	36	Productos Honda	
G4-13	12	Acerca de Honda	
G4-14	21	Acerca de Honda	
G4-15	12, 24	Acerca de Honda	
G4-16	12, 24, 51	Acerca de Honda Gobierno	
<b>Aspectos materiales identificados y límites</b>			
G4-17	8, 20	Acerca de la Memoria	
G4-18	8	Acerca de la Memoria	
G4-19	8	Acerca de la Memoria	
G4-20	8	Acerca de la Memoria	
G4-21	8	Acerca de la Memoria	
G4-22	8	Acerca de la Memoria	
G4-23	8	Acerca de la Memoria	
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
G4-24	8	Acerca de la Memoria	
G4-25	8	Acerca de la Memoria	
G4-26	8	Acerca de la Memoria	
G4-27	8	Acerca de la Memoria	
<b>Perfil de la memoria</b>			
G4-28	8	Acerca de la Memoria	
G4-29	8	Acerca de la Memoria	
G4-30	8	Acerca de la Memoria	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omisión/Nota
<b>Perfil de la memoria</b>			
G4-31	8	Acerca de la Memoria	
G4-32	85	Índice analítico	Esencial
G4-33	8	Acerca de la Memoria	No ha habido verificación externa
<b>Gobierno</b>			
G4-34	47	Gobierno	
G4-38	47	Gobierno	
G4-39	47	Gobierno	El presidente del consejo de administración no ocupa ningún puesto de director ejecutivo
<b>Ética e integridad</b>			
G4-56	47	Gobierno	
<b>Categoría: Economía</b>			
<b>Desempeño económico</b>			
G4-EC2	56	Desempeño socioambiental	
<b>Impactos económicos Indirectos</b>			
G4-EC7	16	Honda	
G4- EC8	16	Honda	
<b>Aspecto ambiental</b>			
<b>Energía</b>			
G4-EN1	36	Productos Honda	
G4-EN2	36	Productos Honda	
G4-EN3	56	Desempeño socioambiental	

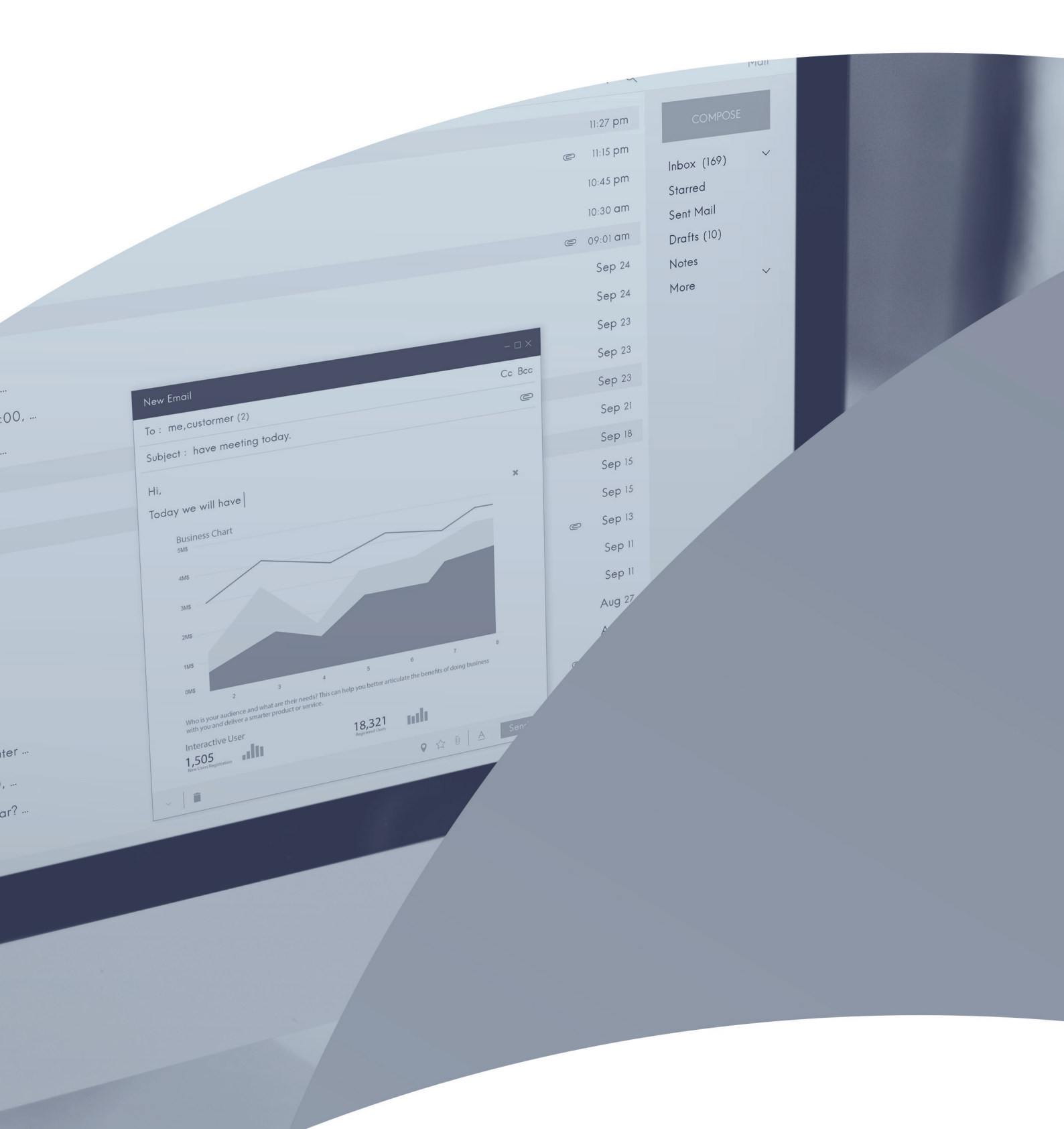
INDICADOR	Página	Capítulo	Omisión/Nota
<b>Energía</b>			
G4-EN4	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN5	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN6	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN7	56	Desempeño socioambiental	
<b>Agua</b>			
G4-EN8	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN9	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN10	56	Desempeño socioambiental	
<b>BBiodiversidad</b>			
G4-EN11	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN13	56	Desempeño socioambiental	
<b>Emisiones</b>			
G4-EN15	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN16	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN17	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN18	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN19	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN20	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN21	56	Desempeño socioambiental	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omisión/Nota
<b>Efluentes y residuos</b>			
G4-EN22	56	Desempeño socioambiental	
G4-EN23	36	Productos Honda	
G4-EN25	36	Productos Honda	
G4-EN28	36	Productos Honda	
<b>Cumplimiento regulatorio</b>			
G4-EN29			Durante el periodo informativo no se produjeron multas significativas ni sanciones no monetarias
G4-EN30	33, 68	Desempeño socioambiental	
G4-EN31	56	Desempeño socioambiental	
<b>Evaluación ambiental de los proveedores</b>			
G4-EN32			
<b>Mecanismos de Reclamación Ambiental</b>			
G4-EN34			Durante el periodo informativo no se produjeron multas significativas ni sanciones no monetarias

**Categoría: Desempeño Social**

<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>			
G4-LA1	71	Desempeño socioambiental	
G4-LA8	71	Desempeño socioambiental	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omisión/Nota
<b>Capacitación y educación</b>			
G4-LA9	71, 74	Desempeño socioambiental	Los datos relativos a las horas de formación los controla actualmente HSA de acuerdo con el periodo de cálculo del año fiscal japonés (del 01/04/14 al 31/03/15).
G4-LA10	71	Desempeño socioambiental	
G4-LA11	71	Desempeño socioambiental	
<b>Comunidades locales</b>			
G4-SO1	81	Desempeño socioambiental	
<b>Responsabilidad sobre productos</b>			
<b>Seguridad del producto</b>			
G4-PR2	33	Productos Honda	
<b>Etiquetado</b>			
G4-PR3	33	Productos Honda	
<b>Etiquetado de los productos y servicios</b>			
G4-PR5	40	Productos Honda	
<b>Privacidad</b>			
G4-PR8	40	Productos Honda	



# CRÉDITOS

# Créditos e informaciones corporativas

## **Honda South America Ltda.**

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

## **Dirección General de desarrollo de la memoria de sostenibilidad**

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

## **Coordinación editorial**

Evelyn Lima y Maria Fernanda Cunha

## **Coordinación de la recopilación de indicadores GRI y textos**

Keyassociados

## **Proyecto gráfico, diagramación e infografía**

Kite Estratégias Online

## **Traducción**

Gotcha! Idiomas

## **Consultas, comentarios o sugerencias**

comunicacao@honda.com.br