

Relatório Sustentabilidade 2016



2016 SUMÁRIO

	04	Mensagem da Administração
Sobre o Relatório	08	
	12	Honda
		17 - Contexto setorial da América do Sul 21 - Modelo de atuação 22 - Estratégia e objetivos 25 - Visão de sustentabilidade Honda
Produto	27	
30 - Inovação 34 - Qualidade e segurança 37 - Cadeia de fornecimento 41 - Satisfação do cliente	47	Governança
		49 - Governança Corporativa Honda 53 - Participação em associações
Performance Socioambiental	54	
57 - Desempenho ambiental das atividades de negócio 72 - Colaboradores 80 - Comunidades 82 - Segurança no trânsito	87	Sumário de Conteúdo da GRI
Créditos e Informações Corporativas	92	



➤ MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Issao Mizoguchi

Presidente da Honda South America



Carta do Presidente

[G4-1, G4-2]

Equilíbrio e perenidade

A indústria de veículos na América do Sul tem vivido um dos momentos mais desafiadores da sua história. A desaceleração do crescimento chinês no contexto macroeconômico global, somada a instabilidades políticas internas nos principais países da região, compromete o ambiente de negócios provocando desvalorização cambial, escaladas nos índices de inflação e nas taxas de juros, especialmente no maior mercado regional: o Brasil.

Em 2015, dentro de um quadro de forte recessão, o PIB brasileiro recuou 3,8% na comparação com o ano anterior, impactado pelo menor nível das atividades industriais, nas quais o nosso setor esteve entre os mais sensíveis a

Comemoramos 45 anos de atuação no Brasil.

este cenário. As fabricantes no país enfrentaram o desafio de manter operações diante do enfraquecimento do consumo doméstico e maior restrição de acesso ao crédito.

Neste ano, comemoramos 45 anos de atuação no Brasil, sendo 40 deles como fabricante de motocicletas e, mesmo com um histórico sólido no país, não passamos ilesos por esse cenário desafiador. Não apenas no Brasil mas também nos demais países da América do Sul enfrentamos queda nas vendas dos nossos produtos.

No mercado de duas rodas, segmento mais tradicional e com grande foco para o atendimento das necessidades das classes mais sensíveis da economia local, registramos o quarto ano de queda consecutiva nas vendas no mercado brasileiro. A diminuição foi de 19% em relação ao exercício fiscal anterior (1º de abril de 2014 a 31 de março de 2015), o que foi acompanhado pelo nosso desempenho no restante da região: na Argentina (-30%), no Chile (-18%) e no Peru (-8%).

Além disso, a desaceleração da atividade do parque produtivo nacional também causou um impacto significativo nas vendas do nosso segmento de produtos de força. Atreladas ao comportamento de setores como agricultura e construção civil, as vendas tiveram queda de 6% no Brasil e Peru e de 8% no Chile, na comparação com o ano fiscal anterior, sendo a Argentina um caso particular pelo crescimento de 12%. Nossas vendas de produtos de força no mercado argentino voltaram a crescer nos primeiros meses de 2016 em razão da estabilização do dólar e do aumento da confiança do consumidor após as eleições presidenciais no país.

“Nossas vendas de produtos de força no mercado argentino voltaram a crescer nos primeiros meses de 2016.”

Apesar do contexto geral adverso, devemos lembrar que nossos diferenciais de qualidade, com foco no respeito ao consumidor, são os grandes ativos da companhia. Se os segmentos

de motocicletas e de produtos de força, por um lado, sofreram significativas reduções nos volumes de produção e venda, por outro, conquistamos vitórias importantes nas frentes de produtos financeiros e automóveis.

“Diferenciais de qualidade, com foco no respeito ao consumidor, são os grandes ativos da companhia.”

Os serviços financeiros contribuíram com as nossas operações por meio do Banco Honda e do Consórcio Honda. No último ano fiscal, comemoramos o recorde de vendas de cotas para automóveis, com um crescimento de 86% em relação ao período anterior. Já no segmento de motocicletas, apesar da queda registrada no acumulado dos doze meses, nossa atuação por meio da área financeira foi importante para compensar a menor disponibilidade de crédito no Brasil e, assim, atender a demanda de uma parcela considerável dos nossos clientes.

Já em automóveis, conquistamos a marca de 163.269 veículos vendidos na América do Sul no último exercício fiscal, resultado que representou 98% da meta estipulada para a região, o que podemos enxergar sobre o prisma positivo, considerando o turbulento cenário econômico nos diferentes países nos quais estamos presentes. Destaque para o desempenho de vendas do HR-V.

163.269
veículos vendidos
na América do Sul

Acreditamos que uma produção com menor impacto ambiental e focada no respeito ao ser humano é a base de um legado importante a ser deixado para as futuras gerações.

Apesar das vitórias, ao longo do último ano fiscal, os impactos da economia persistiram em todos os segmentos de negócios. A demanda no setor automotivo, em especial no Brasil, não foi suficiente para justificar o início das operações de nossa nova fábrica de automóveis na cidade de Itirapina, interior de São Paulo, onde investimos mais de R\$ 1 bilhão. Mesmo já pronta para operar, nossa decisão estratégica foi aguardar melhores perspectivas de mercado para iniciar a produção.

No que diz respeito às iniciativas ambientais, vale destacar o desempenho do nosso parque eólico de Xangri-Lá, no Rio Grande do Sul.



Parque eólico de Xangri-Lá

“Ficamos muito contentes por conseguir abastecer 100% da fábrica de Sumaré (SP) com a energia gerada no parque.

Ao longo do ano passado, ficamos muito contentes por conseguir abastecer 100% da fábrica de Sumaré (SP) com a energia gerada no parque, algo que nos dá segurança para continuar apostando nessa fonte limpa e eficiente.

Essa conquista é mais um avanço importante na aplicação de nossa visão sobre o desenvolvimento sustentável. Acreditamos que uma produção com menor impacto ambiental e focada no respeito ao ser humano é a base de um legado importante a ser deixado para as futuras gerações. No segmento de motocicletas, por exemplo, trabalhamos para nos antecipar ao atendimento do Programa de Controle da Poluição do Ar por Motociclos e Veículos Similares (Promot), na versão PROMOT-4.

E nessa visão estão incluídos nossos compromissos com a segurança no trânsito, tema essencial para a sociedade e que nos dedicamos a promover por meio de uma série de programas e iniciativas institucionais, além do desenvolvimento de tecnologias que contribuam para a segurança. A nossa motocicleta CG 160 Titan, por exemplo, conta com o sistema de freios CBS, conhecida como Combi-Brake, que distribui a força de frenagem entre as duas rodas automaticamente fazendo com que o piloto reduza a velocidade de forma mais eficaz e segura.

Olhando para o futuro, também comemoramos em 2015 o início das vendas do HondaJet no Brasil. Além disso, a unidade de fabricação de aeronaves HondaAircraft, localizada nos Estados Unidos, teve seu primeiro modelo entregue para um cliente norte-americano. Trata-se de um marco em nossa trajetória no segmento de aviação, que contribui para a perenidade de nossa companhia após 68 anos de história e renova a marca Honda para o futuro.

Por fim, esperamos que, neste ano de 2016, a América do Sul possa avançar firme em sua trajetória de superação do cenário de conturbações políticas e econômicas vivenciado ao longo do último ano. Esta é uma condição vital para que possamos retomar o pleno potencial do nosso negócio, assim como as atividades de toda a indústria no continente.

Issao Mizoguchi
Presidente da Honda South America



Relatório Sustentabilidade 2016

Honda

HONDA
The Power of Dreams

HONDA
The Power of Dreams

SOBRE O RELATÓRIO

SOBRE O RELATÓRIO



Sede Honda South America - Sumaré (SP)

Processo de Relato

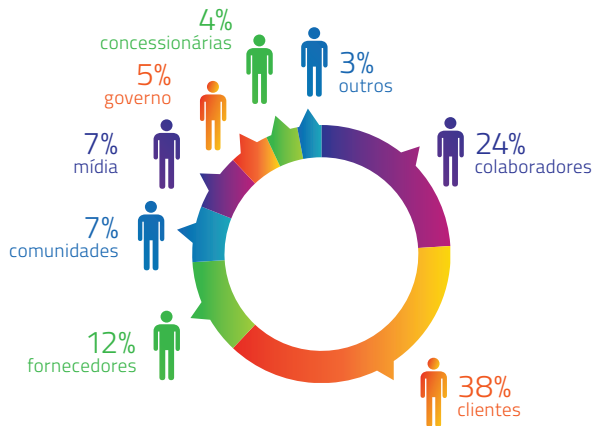
[G4-17, G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23 G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-33]

A Honda South America (HSA) passa a adotar o ano fiscal do Japão, país de origem da companhia, como referência para a publicação do Relatório Anual de Sustentabilidade das suas operações no continente sul-americano. Assim, o presente documento traz informações que compreendem o período entre 1º de abril de 2015 e 31 de março de 2016 como escopo comum a todas as subsidiárias regionais da holding na América do Sul, instaladas no Brasil, na Argentina, no Peru e no Chile.

Neste documento, o leitor encontrará um amplo relato sobre o desempenho econômico, social, ambiental e de governança da companhia ao longo do último exercício fiscal, dentro dos princípios de transparência e ética que marcam a sua atuação na região sul-americana.

A estrutura segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI G4), metodologia padrão adotada mundialmente pelas grandes companhias do mercado para produção e publicação dos Relatórios de Sustentabilidade.

Pesquisa com os *stakeholders* da Honda



Em 2015 foi concluído o primeiro processo de construção da matriz de aspectos materiais para relato e gestão com foco em sustentabilidade, que foi dividido em três etapas:



01

Identificação dos temas potencialmente materiais

Identificação dos temas sociais, ambientais e de governança relevantes para o setor de veículos, definindo o universo dos potenciais temas materiais da Honda. Esse estudo foi realizado por meio de análise das referências setoriais como pesquisa GRI, ferramentas de risco reputacional, temas materiais do setor conforme SASB e análise de outras empresas do setor.



02

Priorização de temas materiais

Definição dos temas materiais para o negócio da Honda e que atendem os interesses dos seus *stakeholders*. Essa etapa considerou entrevistas com 18 executivos da Honda e consulta aos públicos de interesse internos e externos, via questionários online enviados para 478 pessoas, das quais 143 responderam. Das respostas recebidas, 38% são de clientes, 24% de colaboradores, 12% de fornecedores, 7% de comunidades locais. O restante da amostra vem de representantes de mídia, governo, concessionárias e outros.



03

Validação pela liderança

Validação dos resultados da Etapa 2 com os gestores da área de sustentabilidade, diretoria executiva e a presidência da Honda South America (HSA).

Os resultados deste levantamento definiram os temas mais relevantes para a gestão da HSA em sustentabilidade, cuja abordagem está ligada a uma visão e objetivos únicos que permeiam todas as operações do grupo na América do Sul.



- | | | |
|--|---|--|
| 1 Produto Qualidade e Segurança | 2 Performance Ambiental dos Produtos | 3 Satisfação do Cliente |
| 4 Inovação | 5 Governança Corporativa | 6 Performance Ambiental nas Atividades de Negócio |
| 7 Fornecimento de Matéria Prima | Cadeia de Fornecedores | Recursos Humanos |
| Mobilidade Futura e Mobilidade Urbana | Saúde e Segurança Ocupacional | Relacionamento com as Comunidades de Entorno |

Baseado neste resultado, o presente relato traz como tema principal o “Equilíbrio e a Perenidade do Negócio”, uma escolha fruto dos aspectos fundamentais que diferenciaram a companhia dentro do cenário desafiador da indústria de veículos e produtos de força na América do Sul ao longo de 2015.

O Relatório de Sustentabilidade 2015 está disponível no link:





 SOBRE A
Honda

SOBRE A Honda

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

A Honda está presente na América do Sul há 45 anos com foco na fabricação e comercialização de automóveis, motocicletas, quadriciclos e produtos de força (como geradores, roçadeiras, motobombas e motores estacionários). A partir de 2015, a empresa iniciou também a comercialização de jatos executivos no Brasil.

Com unidades produtivas na Argentina, no Peru e Brasil, e uma unidade importadora no Chile, a companhia garante presença na América do Sul por meio de aproximadamente 2 mil pontos de venda, além de representantes independentes da marca.

Essa estrutura operacional na região está sob o guarda-chuva da Honda South America (HSA), com escritório central instalado na cidade de Sumaré, a 119 quilômetros da capital de São Paulo, estado brasileiro onde a companhia iniciou suas atividades de importação de motos para o Brasil em 1971, como porta de entrada na América do Sul.

Hoje, a região sul-americana compõe um dos sete blocos administrativos que formam as operações globais da Honda e que estão divididos em Japão, América do Norte e Central, Europa, Oriente Médio e África, Ásia e Oceania e China, além da própria América do Sul. Trata-se de uma cobertura que conta com 457 subsidiárias e afiliadas em todo o mundo.



Honda na História: Crescimento impulsionado pela força da sociedade

Companhia de espírito jovem e empreendedor, a Honda trabalha com o compromisso de produzir onde há demanda para que, assim, além de oferecer produtos da mais alta qualidade e tecnologia, possa também contribuir para o desenvolvimento econômico local. Não foi à toa que, de uma pequena fábrica japonesa de motores criada há 68 anos, a empresa tornou-se um conglomerado global que atua focado em desenvolver soluções para mobilidade.

As motocicletas da companhia, que começaram a ser importadas para o Brasil em 1971, encontraram mercado promissor em um país em pleno desenvolvimento. Cinco anos depois do início das atividades da empresa no Brasil, em 1976, a Honda iniciava a produção nacional de motocicletas na fábrica inaugurada na Zona Franca de Manaus, no Amazonas, de onde saiu o primeiro modelo nacional da marca: a CG 125. Em paralelo, a companhia também expandiu suas operações para a América do Sul, com a inauguração de subsidiária no Peru, em 1975, e na Argentina, em 1978.

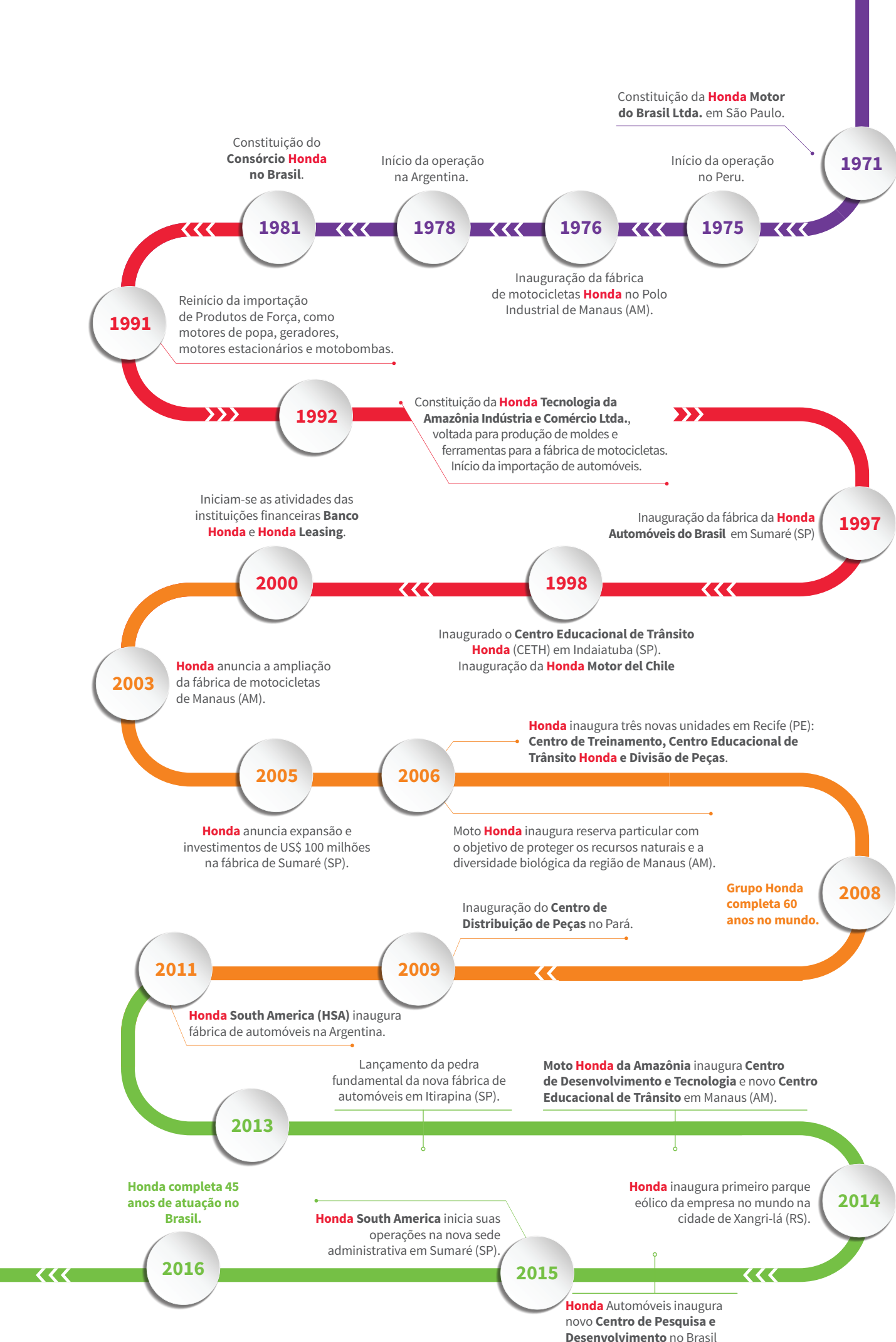
As vendas de automóveis como nova frente de negócios na região começaram em 1992, com a importação dos modelos Civic, Accord, Prelude e Legend para o Brasil. Cinco anos depois, a companhia iniciou sua produção local com a inauguração da fábrica de Sumaré (SP). Nesse mesmo momento, a Honda avançou ainda mais sua expansão para a América do Sul, com a abertura de uma subsidiária no Chile em 1998.

Com uma maior musculatura operacional na região, no ano 2000 a companhia criou a holding Honda South America Ltda. (HSA), que investiu na compra de participação acionária em empresas fabricantes de componentes na região, passando a concentrar o papel de condução do desenvolvimento das operações

Tudo começou quando Soichiro Honda, fundador da empresa, acreditou na possibilidade de melhorar a vida das pessoas. Desde então, a crença no poder dos sonhos segue contagiando a todos por onde passam os produtos Honda.

do grupo em todo o bloco da América do Sul. Já como HSA, a empresa iniciou a produção de carros na Argentina, com a fábrica de Campana, na província de Buenos Aires.

Em 2014, a Honda South America (HSA) iniciou uma nova fase de fortalecimento de sua estrutura na região, com a transferência da sede sul-americana da cidade de São Paulo para Sumaré, no interior paulista, na planta da Honda Automóveis do Brasil (HAB). O objetivo da mudança foi promover uma maior sinergia entre as áreas comerciais, administrativas, de desenvolvimento de produtos e de fabricação, aumentando ainda mais a agilidade na tomada de decisões e eficiência operacional da companhia.



Tecnologia de ponta

Com o foco na inovação, a Honda investiu na construção do seu primeiro Centro de Desenvolvimento e Tecnologia (CDT) de motocicletas em Manaus em 2013 e, no ano seguinte, inaugurou o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de automóveis, ao lado da nova sede da companhia em Sumaré (SP). Ambos trabalham na busca constante pelo desenvolvimento de novas tecnologias que possam satisfazer à crescente demanda global por produtos mais amigáveis ao meio ambiente, com o máximo de eficiência no consumo de combustível e que possibilitem a utilização de energias mais limpas e renováveis, além do foco na segurança e no atendimento das expectativas dos consumidores em relação a design, conforto e qualidade.

Centro Educacional de Trânsito Honda

A preocupação com a segurança dos clientes é um valor que está permanentemente associado ao desenvolvimento dos produtos Honda. Além disso, a empresa acredita na conscientização quanto ao respeito às leis de trânsito e na disseminação de técnicas de pilotagem segura como forma de contribuir para a segurança de todos. Assim, em 1998, a companhia investiu na criação da primeira unidade do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH), na cidade de Indaiatuba (SP), com foco em motociclistas de empresas frotistas e órgãos públicos que utilizam a motocicleta em seu dia a dia. O potencial do mercado e a demanda social do país por mais segurança no trânsito levou a companhia a inaugurar uma segunda unidade em Recife (PE), no ano de 2006, e uma terceira unidade em Manaus, em 2013.



▶ Menos emissões, mais energia

A inauguração do parque eólico de Xangri-Lá (RS) também é parte importante da estratégia de sustentabilidade da companhia. Com capacidade instalada de 27,7 MW, é o primeiro parque do gênero da Honda no mundo e do setor automotivo no Brasil. O empreendimento produz energia suficiente para suprir 100% da demanda da fábrica de automóveis de Sumaré (SP), reduzindo 30% das emissões totais de Gases de Efeito Estufa (GEE) da unidade.

Aerogerador do parque eólico da Honda em Xangri-lá (RS)

Contexto América do Sul

[G4-EC7, G4-EC8]

Automóveis

A indústria de veículos compõe um dos principais setores da economia mundial. Com níveis elevados de concorrência, as companhias que atuam neste mercado precisam reunir capacidade de investimento em tecnologia como forma de diferenciar seus produtos e serviços, o que por sua vez exige escala para a venda da produção e alta especialização técnica.

Na maior parte dos casos, as empresas desse setor são transnacionais. Essas operam em escala global ou no atendimento de regiões geográficas específicas, por meio de multiplantas, que produzem nos diferentes locais, geralmente, os mesmos tipos e modelos de veículos.

Nesta lógica, multinacionais como a Honda passaram a desenvolver um modelo de operação global com autonomia cada vez maior entre suas subsidiárias espalhadas por diferentes regiões do planeta. Com isso, a companhia ganha em eficiência na fabricação de produtos com alto nível de competitividade, por meio da modelagem de uma organização produtiva capaz de gerar adaptações específicas à realidade de cada mercado regional em que atua.

Trata-se de uma característica que reflete a atuação da Honda desde o início da sua produção local de automóveis, iniciada em 1997, em Sumaré (SP). A fábrica iniciou suas operações com capacidade de produção de 20 carros por dia e, ao longo dos seus 18 anos de atividade, aumentou sua capacidade produtiva chegando a mais de 500 unidades por dia. A empresa alcançou, em março de 2016, a marca de 1,5 milhão de automóveis produzidos na planta do interior paulista.

O contexto macroeconômico global, marcado por ajustes provocados pela desaceleração da economia chinesa somados às instabilidades políticas domésticas nos principais países sul-americanos – em especial Argentina e Brasil –, intensificou o cenário desafiador enfrentado desde 2014 pela indústria de veículos automotores na região.

1.500.000
automóveis produzidos
até março de 2016 na planta
do interior paulista.

Em 2015, as vendas do setor sofreram queda de 20% em toda a América do Sul, em relação ao ano anterior, impactadas principalmente pelo fraco desempenho da economia brasileira, maior mercado do continente, segundo dados divulgados pela Organização Internacional de Construtores de Automóveis (OICA)³. O volume de carros emplacados no país no ano passado retrocedeu aos níveis de 2005 e 2006. Mas, apesar do contexto desafiador, as diferentes realidades econômicas nos demais países sul-americanos e os diferenciais dos modelos de produtos e serviços Honda ajudaram a arrefecer maiores quedas de vendas a partir de uma lógica de atuação regional. A Honda Automóveis atingiu a marca de 163.269 veículos vendidos na América do Sul no último exercício fiscal, o que pode ser visto pelo prisma positivo, considerando o turbulento cenário econômico nos diferentes países em que a empresa está presente. Somente no Brasil, foram vendidos 151.843 carros no período, que representa recorde histórico no país, com destaque para o desempenho do HR-V. O modelo foi lançado em março de 2015 e, em poucos meses, se tornou o Honda mais vendido do país e o líder nacional da sua categoria.

Honda
HR-V



³Dados da OICA apresentados no último salão do automóvel em Genebra, em março de 2016. <http://www.oica.net/wp-content/uploads/OICA-March-2016-press-conference-Geneva.pdf>

Motocicletas

No setor de duas rodas, o grande impulso para o desenvolvimento produtivo no Brasil ocorreu com a inauguração da planta da Honda Motor Brasil em 1976, quando a empresa se integrou à Zona Franca de Manaus e permitiu que a companhia evoluísse de forma significativa com suas atividades. Hoje, a produção de motocicletas já tem um enorme destaque na formação do produto interno brasileiro e o país ocupa a sexta posição no ranking mundial dos fabricantes.

Devido ao crescimento econômico da região, nos últimos dez anos a motocicleta passou a ter uma demanda maior no Brasil e em outros países da América do Sul. De acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (Mdic), contabilizados somente os dados nacionais, a participação das motos na frota geral de veículos brasileiros aumentou de 11,5% em 1998 para 26,5% em 2014. Dados da Abraciclo (Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares) mostram que o Brasil hoje soma uma frota total de 24 milhões de motocicletas.

Neste mercado, a Honda é a maior fabricante para a América do Sul, com uma produção que já ultrapassou a marca de 21 milhões de unidades. O extenso catálogo de produtos varia de motos de 110 cilindradas (cc) até 1.800 cc, entre modelos nacionais e importados. No fechamento do último ano fiscal, a Honda registrou o quarto ano de queda consecutiva nas vendas no mercado

A fábrica de Manaus é a maior unidade produtiva de motocicletas da Honda no mundo.

brasileiro, de 19% em relação ao último exercício fiscal, com 943.794 unidades comercializadas. A retração também afetou o desempenho no restante da região: na Argentina (-30%), no Chile (-18%) e no Peru (-8%).

Juntas, as fabricantes de motocicletas atuantes no Brasil encerraram 2015 com uma queda de 16,8% nas vendas e produção em relação ao ano anterior (dados da Abraciclo). O volume total bruto somou 1,26 milhão de unidades, montante equivalente aos níveis de produção de uma década anterior (2005), quando a produção alcançou 1,2 milhão de motos, longe do pico de produção acima de 2 milhões registrados em 2011 no Brasil.

O principal desafio do setor no Brasil ainda está na limitação de acesso ao crédito, agravada pelas conturbações político-institucionais do mercado doméstico – algo que se reflete também na falta de confiança do consumidor para adquirir bens duráveis e que comprometam a renda. O cenário exigiu que a companhia mudasse alguns processos de relacionamento com a rede de concessionárias, permitindo aprimorar a previsibilidade de vendas, readequação mais ágil do planejamento da produção e redução do volume de estoque.

Como consequência da redução nas vendas de motocicletas, observada nos últimos anos no Brasil, o volume de produção da Honda e, consequentemente o quadro de funcionários, passou por ajustes para se adequar à nova realidade do mercado. Em março de 2016 foi realizado um programa de demissão voluntária para empregados da Moto Honda, HTA Indústria e Comércio e Honda Componentes, nas unidades de Manaus, Morumbi e Indaiatuba.



Linha de produção de motocicletas em Manaus (AM)

Produtos de força

Em 2001, a Honda adicionou à planta de Manaus (AM) a produção de motores estacionários, linha atualmente composta por 23 modelos, dos quais três são produzidos localmente. Neste segmento, também são comercializados produtos importados de outras unidades do mundo: geradores, motobombas, roçadeiras e pulverizadores costais.

A divisão de Produtos de Força Honda conta com mais de mil pontos de vendas espalhados pelo continente sul-americano, sendo 613 no Brasil, 135 na Argentina, 214 no Peru e 55 no Chile, além de contar com subsidiárias próprias e distribuidores multimarcas nos outros países da América do Sul.

O mercado de produtos de força está atrelado ao comportamento do produto interno do país, já que são bastante demandados por setores produtivos como os do agronegócio e da construção civil. No último ano fiscal, a Honda obteve acumulado de vendas de mais de 117 mil unidades de produtos de força na região sul-americana.

1.000

A divisão de Produtos de Força Honda conta com mais de mil pontos de venda espalhados pelo continente sul-americano.

Devido à crise que setores como o da agricultura e o da construção civil vivenciaram, as vendas tiveram queda de 6% no Brasil e Peru e de 8% no Chile, na comparação com o ano fiscal anterior. A Argentina foi um caso particular, já que teve crescimento de 12% nas vendas do período em razão da estabilização do dólar e do aumento da confiança do consumidor após as eleições presidenciais no país.

HONDA Serviços Financeiros

A frente de serviços financeiros da Honda reúne o Consórcio Honda, o Banco Honda e a Seguros Honda. Presentes em todas as concessionárias da marca no Brasil, as empresas buscam facilitar o acesso dos consumidores aos produtos a partir de planos de financiamentos e soluções específicas para as linhas de

motocicletas, automóveis e produtos de força.

Diante do cenário econômico do país, os serviços financeiros Honda tornaram-se ainda mais atrativos como forma de contornar restrições ao crédito, ligadas a altas taxas de juros e maiores níveis de desemprego.

Consórcio Honda

Com 35 anos de atuação nacional, a maior administradora de consórcio do país ganhou destaque ao oferecer planos mais ajustados ao orçamento dos clientes e com o benefício de prover planejamento mais eficiente para a compra e troca de veículos. No exercício fiscal 2015, o número de cotas vendidas pelo consórcio, no segmento de automóveis, cresceu 86% em relação ao ano fiscal anterior. Já no segmento de motocicletas, apesar da queda registrada pelo mercado no acumulado dos doze meses, a modalidade segue com grande representatividade nas vendas, com 802 mil cotas comercializadas, o que representa 80,2% de market share no período analisado, segundo dados do BACEN.



HONDA

Consórcio

A maior administradora de consórcio do país ganhou destaque ao oferecer planos mais ajustados ao orçamento dos clientes.

Banco Honda

Fundado em julho de 2000 para dar apoio de financiamento ao cliente final, no período coberto por este relatório o Banco Honda financiou um volume de 114 mil motocicletas e 34 mil automóveis. Com modalidade de Crédito Direto ao Consumidor (CDC), o banco já é responsável pelo financiamento de cerca de 12,1% das motocicletas e 22,6% dos automóveis vendidos na rede Honda.

HONDA

Banco

「12,1%
de motocicletas
22,6%
de automóveis
financiados」

Seguros Honda

Desde 1987, a Seguros Honda é responsável por oferecer apólices com condições competitivas de cobertura e custo aos clientes da marca. A empresa é precursora no oferecimento de seguros para o mercado de motocicletas. O lançamento do seguro Moto Consumidor aconteceu há 14 anos e foi desenvolvido sob medida para esse público. O pioneirismo da companhia no segmento a levou a ultrapassar, durante o exercício fiscal de 2015, a marca de 1 milhão de apólices vendidas no país.

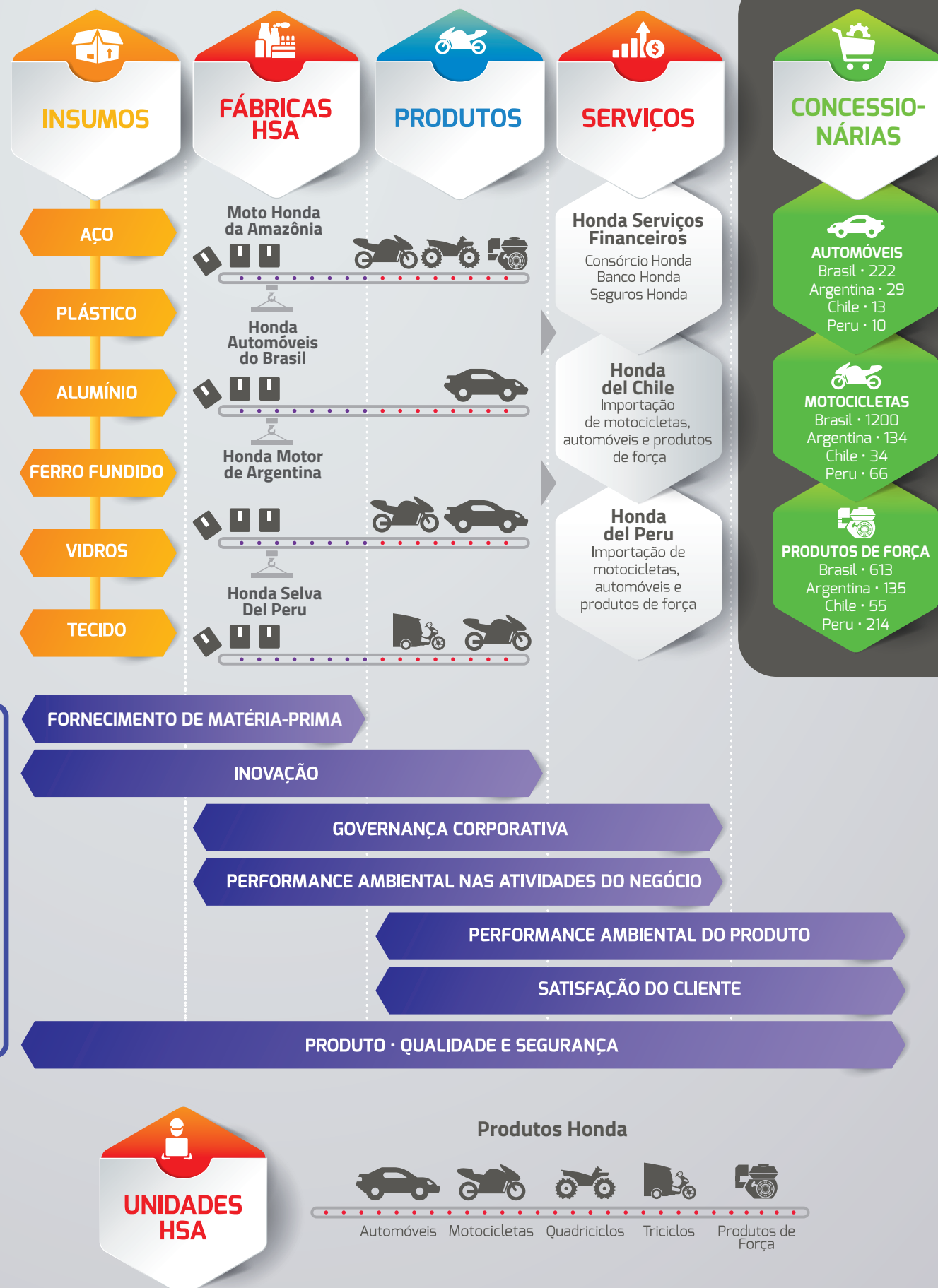
HONDA

Seguros

「Mais de
1 MILHÃO
de apólices vendidas」

Modelo de atuação

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



Estratégia e objetivos

[G4-14]

O respeito aos consumidores é a grande marca da atuação da Honda nos diferentes mercados nos quais está presente. A companhia mantém esse compromisso por meio de um relacionamento próximo e constante com todos os seus parceiros – desde fornecedores de componentes a concessionários que comercializam automóveis, motocicletas e produtos de força – para oferecer produtos e serviços da mais alta qualidade e proporcionar aos clientes a alegria de comprar um produto Honda.

Por isso, a empresa possui uma equipe de vendas específica para cada região do país, desenvolve um relacionamento mais próximo e avalia os pontos de vendas para garantir a qualidade de atendimento aos clientes. Além de certificações e avaliações do padrão de excelência de acordo com itens como instalações físicas e atendimento de vendas e pós-vendas, a Honda também criou os Centros de Treinamento de Serviços nos municípios de Sumaré (SP) e Recife (PE), que promovem a capacitação e o aperfeiçoamento constantes dos colaboradores de suas revendas.

Para oferecer produtos e serviços da mais alta qualidade e proporcionar aos clientes a alegria de comprar um produto Honda.

Seu planejamento foca na renovação constante dos produtos e na diversificação do line-up, abrangendo os mais diferentes perfis de consumidores.

A rede de serviços pós-venda consolidada e reconhecida por excelência, a estrutura eficiente de distribuição de peças, os produtos da mais alta qualidade, a confiabilidade, a eficiência e o alto valor de revenda formam o valor agregado percebido pelos consumidores da marca na América do Sul. Essa estratégia de atuação procura manter sólidos níveis de fidelidade dos clientes da marca, o que se reflete na redução de impactos advindos de cenários desafiadores, como os vivenciados pela América do Sul, ao longo de 2015, nas vendas.

Outro foco estratégico está na acessibilidade dos produtos, meta concretizada com a criação de serviços financeiros cada vez mais atrativos e personalizados para cada perfil de consumidor por meio do Consórcio Honda, do Banco Honda e da Seguros Honda.

Em sua estrutura interna, a Honda tem como foco a alta performance de desenvolvimento tecnológico, a produção eficiente e a construção de uma sólida cultura organizacional como os principais elementos de seu planejamento estratégico. Esse modelo foca na renovação constante dos produtos e na diversificação do line-up, abrangendo os mais diferentes perfis de consumidores.

Automóveis

No segmento de automóveis, a Honda prioriza o desenvolvimento de modelos que combinam design moderno e alta tecnologia de desempenho, traduzidos no conceito “máximo para o homem, mínimo para a máquina”, em que há a maximização do espaço disponível para os ocupantes e a minimização do espaço necessário para os componentes mecânicos. A fabricação de produtos com o mais alto nível de segurança e de eficiência no consumo de combustíveis são submetidos a avaliações de entidades especializadas e autônomas como o Latin NCAP e o Inmetro.

Motocicletas

Em motocicletas, um dos principais negócios da Honda na América do Sul, o atendimento às demandas dos mais diferentes perfis de cliente é o grande destaque. A companhia possui uma das mais amplas linhas de produtos do mundo, que engloba veículos de 110 cilindradas (cc) até 1800 cc, para diferentes tipos de utilização. Os produtos atendem desde a necessidade de locomoção em centros urbanos até áreas de difícil acesso, realização de atividades profissionais (como motofrete ou mototaxi) e lazer on e off-road.



A Honda criou em 2008, a Certificação Honda Conduz, que reconhece as concessionárias e pontos de vendas que possuem estrutura adequada e equipe exclusiva para atendimento a estes clientes.

Excelência no atendimento às pessoas com deficiência

No segmento de automóveis, a Honda é referência no atendimento a pessoas com deficiências (PcD). Desde 1997, a companhia mantém o programa Honda Conduz, que promove treinamentos específicos das equipes de vendas para fornecimento de informações detalhadas sobre os veículos e orientações com relação às isenções de impostos na aquisição do carro zero-quilômetro, conforme definições da legislação vigente.

Além disso, como forma de incentivo à melhoria contínua na qualidade do atendimento, a Honda criou em 2008, a Certificação Honda Conduz, que reconhece as concessionárias e pontos de vendas que possuem estrutura adequada e equipe exclusiva para atendimento a estes clientes. Durante o último exercício fiscal, a companhia obteve o melhor ano em resultados de vendas para esse público.

Produtos de força

No segmento de produtos de força, a Honda procura oferecer itens de acordo com as necessidades produtivas mais demandadas nas regiões onde está presente. Nesse contexto estão incluídos diferentes perfis de consumidores, desde ribeirinhos que necessitam de motores estacionários para acionar embarcações rudimentares até executivos que adquirem barcos de luxo com alto conforto com nossos produtos. No Brasil, a Honda produz três modelos de motores estacionários, incluindo a geração GX, usada em diferentes setores da economia, como construção civil e agronegócio. Além disso, a companhia oferece geradores, motobombas, pulverizadores costais e roçadeiras. A estratégia da companhia é ampliar a linha de produtos ofertados, buscando auxiliar o crescimento e desenvolvimento das economias dos países da região.

Jatos executivos

A companhia avançou em uma nova frente de negócios no continente sul-americano, com o início das vendas no Brasil do HondaJet, o jato executivo mais avançado do mundo. Em 2015, a Honda Aircraft Company, responsável pela produção do modelo nos EUA, comemorou a entrega de uma primeira unidade do jato. O HondaJet oferece diferenciais de tecnologia revolucionários e inovações no design, incluindo a configuração exclusiva dos motores no topo das asas (OTWEM – Over-The-Wing Engine Mount), que proporciona ganho aerodinâmico, maior velocidade e eficiência no consumo de combustível, além de uma cabine mais espaçosa em relação às aeronaves convencionais de sua categoria. No Brasil, a Líder Aviação é a representante exclusiva para vendas do HondaJet. A empresa é líder no segmento de aviação executiva na América Latina e conta com bases operacionais em todos os principais aeroportos brasileiros.



Jato Executivo HondaJet

Em 2015, a Honda Aircraft Company, responsável pela produção do modelo nos EUA, comemorou a entrega de uma primeira unidade do jato.

Honda Energy

Inaugurado em 2014, o parque eólico da Honda Energy do Brasil é o primeiro parque eólico da empresa, pioneiro no setor automotivo nacional e no grupo Honda no mundo. O empreendimento produz energia suficiente para atender a toda demanda de energia elétrica da planta da Honda Automóveis em Sumaré (SP), que tem capacidade produtiva anual de 120 mil carros.

100%
da demanda de energia elétrica da fábrica de automóveis foi suprida a partir da geração de energia limpa do parque eólico em Xangri-Lá (RS), em 2015.

Serviços Financeiros

Com foco em ampliar o acesso de diferentes públicos aos seus produtos, a Honda oferece suporte de serviços financeiros, cuja estrutura é formada pelo Consórcio Honda, Banco Honda e a Seguros Honda. Em momentos de desafios da economia, como em 2015, onde a restrição ao crédito foi maior em mercados como o Brasil, os produtos financeiros da companhia contribuíram ainda mais para a operação da empresa. Durante o ano fiscal de 2015, a Honda facilitou o acesso do público por meio da reformulação do portal que reúne os serviços financeiros, do lançamento de aplicativo, além de comunicar ao público a ampliação do prazo de pagamento de 72 para 80 meses na aquisição de cotas de consórcio de motocicletas.

Sustentabilidade na Honda

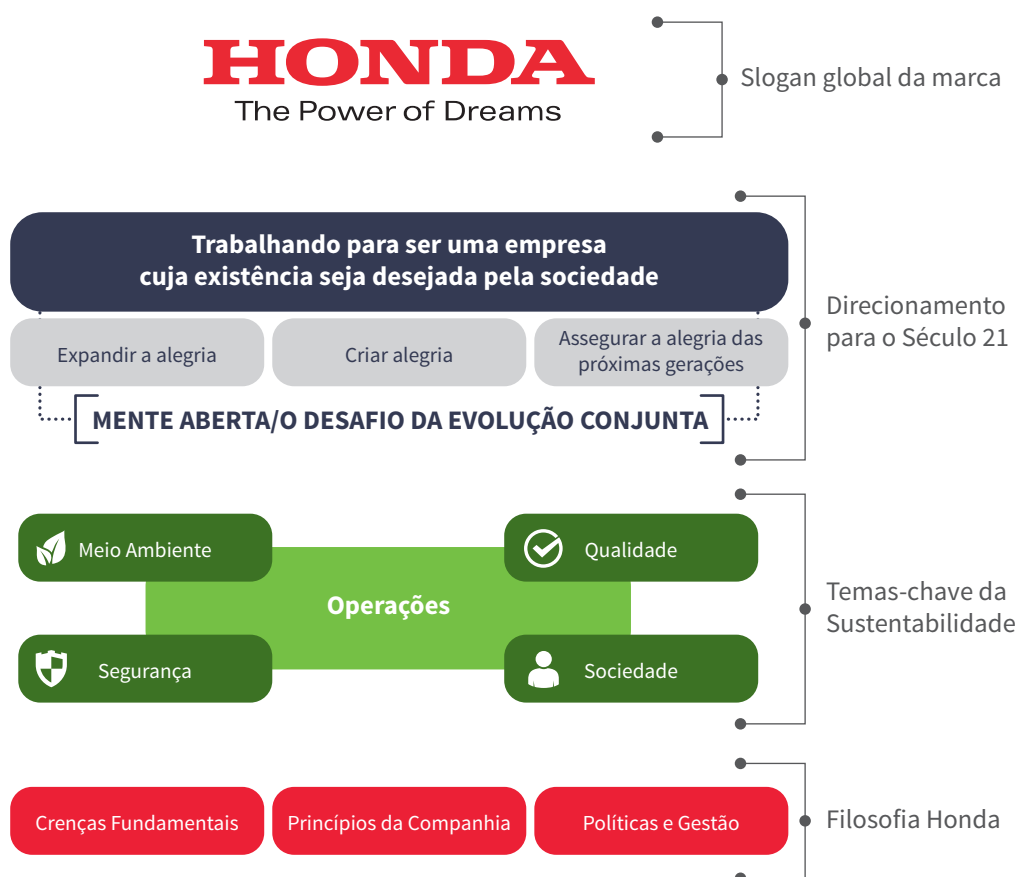
[G4-15, G4-16]

Mais do que palavras, a sustentabilidade na Honda é praticada no dia a dia como parte dos valores que compõe a filosofia das atividades da companhia. Os fundadores Soichiro Honda e Takeo Fujisawa deixaram como legado crenças fundamentais que destacam a importância do respeito ao indivíduo e da valorização da alegria gerada pela experiência do contato com a marca. Essa filosofia, além de ser considerada nas atividades diárias do negócio e da gestão, estende-se também para o desenvolvimento de projetos voltados para o entendimento e mitigação dos impactos gerados pela produção industrial no âmbito socioambiental.

Nesse aspecto, a Honda definiu quatro pilares estratégicos para trabalhar a sustentabilidade nas suas operações: meio ambiente, segurança, qualidade e sociedade. Trata-se de temas que se inter-relacionam na cadeia de atuação

da companhia em seu papel de expansão da mobilidade como plataforma de negócio. Essa perspectiva se reflete no compromisso definido pela empresa de melhorar continuamente a qualidade e segurança dos produtos, minimizando os impactos ao meio ambiente e também contribuindo para o desenvolvimento cultural e educacional das pessoas.

Sua visão de sustentabilidade também está ligada a uma forma de atuação próxima e transparente com toda sua cadeia produtiva – especialmente fornecedores e concessionários. Consciente da importância do seu papel no setor e nas localidades onde atua, a Honda busca engajar seus parceiros em todos os compromissos da marca e reconhece aqueles que trabalham para reduzir os impactos ambientais de suas atividades e contribuir com o bem-estar da sociedade.





Meio Ambiente

O objetivo da Honda é oferecer mobilidade. No entanto, suas atividades podem resultar na emissão de CO₂, um dos gases causadores do aquecimento global. Por isso, tem a responsabilidade de contribuir ativamente para a resolução dos problemas ambientais que têm preocupado a comunidade internacional. Entre os principais objetivos da empresa está a redução das emissões de CO₂ em até 50% até o ano de 2050, em relação aos níveis do ano 2000, e o posicionamento frente às questões ambientais e de consumo de energia. Ao mesmo tempo, a empresa também está desenvolvendo esforços para a melhoria na eficiência do uso de recursos.



Qualidade

Em meio à globalização de fornecedores, é vital que o desenvolvimento, compras, produção e outros departamentos se unam para buscar a qualidade e a segurança e, assim, a Honda possa continuar fornecendo produtos e serviços da mais alta qualidade que satisfaçam os clientes em todo o mundo.



Segurança

Ao mesmo tempo em que a melhoria na mobilidade e na infraestrutura de transporte traz contribuições para a sociedade, também pode contribuir para o aumento no tráfego e nos acidentes de trânsito. As necessidades das pessoas em relação à segurança também estão crescendo. Neste contexto, a Honda trabalha para o desenvolvimento de tecnologias de segurança, na educação para a segurança no trânsito e na condução de veículos. Além disso, também busca divulgar informações que apoiem programas de segurança para garantir uma sociedade livre de acidentes.



Sociedade

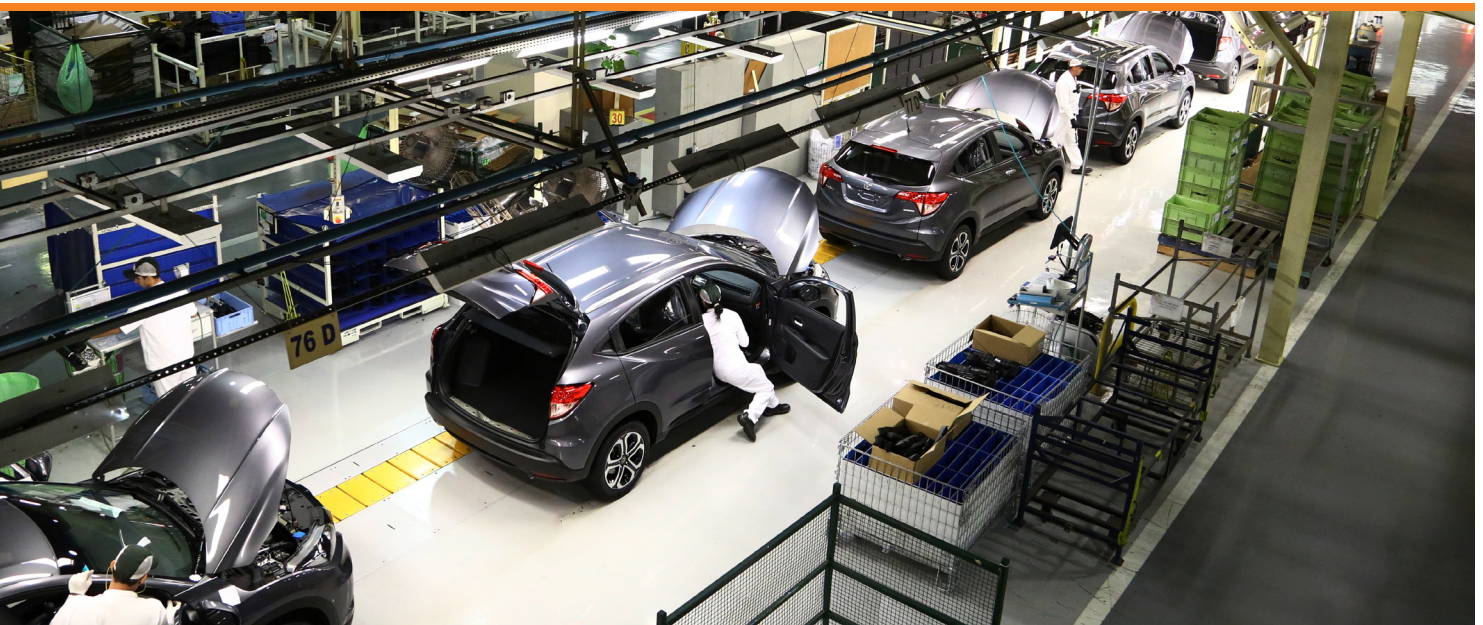
Com a diversidade de problemas sociais e para contribuir com a sustentabilidade, a empresa precisa entender as expectativas de seus stakeholders nas mais diferentes questões. Para isso, são necessários recursos para assumir o desafio. De acordo com a crença fundamental de respeito pelo indivíduo, a Honda busca aproveitar ao máximo seus diversos recursos humanos globais para trazer à tona as capacidades individuais. Ao mesmo tempo, promove o reconhecimento da diversidade, do respeito e da cooperação entre os indivíduos para se tornar cada vez mais uma corporação com grande habilidade na busca por soluções.



PRODUTOS

PRODUTOS

Honda



Linha de produção da Honda Automóveis do Brasil, Sumaré (SP)

Confiança em tudo o que fazemos

O respeito ao consumidor é o princípio central da estratégia de atuação da Honda. A empresa acredita que a perenidade dos negócios é garantida pela confiança do cliente, conquistada desde o primeiro contato e percebida de forma constante ao longo de todo o relacionamento com a marca.

A companhia busca materializar esse compromisso por meio da fabricação de produtos com elevados níveis de excelência em qualidade e segurança, oferecidos a

preços justos, o que é viabilizado por uma gestão com diretrizes e metas aplicadas nas unidades industriais, além dos investimentos constantes em pesquisa e desenvolvimento para inovação.

A Honda estende esses valores e compromissos ao restante da sua cadeia de produção, que engloba todos os fornecedores de peças e matérias-primas, bem como as concessionárias, distribuidoras dos produtos e serviços da marca ao consumidor final.

O princípio da Honda

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

Inovação

A Honda busca ser uma empresa desejada e respeitada pela confiança depositada pelo cliente na compra dos produtos e serviços da marca. A companhia acredita que a conquista e a manutenção desses reconhecimentos só podem ser alcançadas por meio de avanços tecnológicos gerados pelos investimentos em inovação.

A viabilidade para atingir esses resultados ocorre por meio de três universos: a gestão da inovação, a estrutura de desenvolvimento tecnológico e a atenção aos anseios dos clientes e da sociedade.

Para se manter inovadora, a Honda investe em estudos sobre demandas e expectativas dos consumidores fazendo o cruzamento desses dados com análises da concorrência. As avaliações consideram

também aspectos práticos, como acesso a matérias-primas disponíveis na cadeia de fornecimento e a viabilidade econômico-financeira exigida para implantação em um novo produto. Os resultados servem como insumo para a escolha de itens prioritários de inovação a serem testados no processo de desenvolvimento de novos modelos e melhorias em automóveis, motocicletas e produtos de força.

Essa avaliação é utilizada também na definição de cronogramas de lançamentos de acordo com estratégias de posicionamento estabelecidas para cada mercado. Os novos produtos são revisados periodicamente pela alta liderança da empresa na região a partir das diretrizes da matriz.



CAPACITAÇÃO PARA INOVAR

A capacitação dos colaboradores é essencial para manter a linha de trabalho inovadora da Honda. Por isso, a companhia investe frequentemente em treinamentos, como o GAP (Global Assignment Program). Trata-se de um programa estratégico de desenvolvimento internacional com foco em capacitar os profissionais para atuar em um ambiente globalizado e liderar as mudanças estratégicas na Honda. Os treinamentos são atrelados aos seguintes objetivos:

- Capacitação técnica e de gestão (liderança).
- Aquisição de know-how.
- Benchmarking das operações globais da Honda.
- Experiência internacional e networking.
- Aprendizado de novos processos que possam ser aplicados no Brasil.

Os investimentos no programa são parte dos compromissos de desenvolvimento local realizados por meio das subsidiárias espalhadas pelo mundo.

Estrutura da Inovação



Honda Fit 2015

Automóveis

Desde 2001, a Honda Automóveis do Brasil (HAB) mantém junto à sua fábrica de Sumaré (SP) um Centro de Pesquisa & Desenvolvimento dedicado à região da América do Sul, que foi ampliado em 2014 com a inauguração das novas instalações. O empreendimento é um dos principais centros de desenvolvimento da empresa fora do eixo Japão-Estados Unidos. Com capacidade para comportar 300 engenheiros, o centro é composto por laboratórios e equipamentos técnicos que permitem desenvolvimento de componentes e sistemas de motor e de transmissão, além da realização de testes de durabilidade, medição de emissões e consumo.

A unidade também reúne laboratório de materiais dedicado à validação de matérias-primas locais dentro dos padrões de qualidade da companhia para serem utilizadas na produção dos automóveis. A estrutura dedica-se a pesquisas de soluções advindas de novos insumos com foco na obtenção de menores impactos ambientais e redução de custos no processo produtivo – tudo sem deixar de lado os mais altos requisitos de qualidade, design, conforto e segurança nos produtos.

No desempenho da inovação em automóveis, durante o exercício fiscal de 2015 a Honda Automóveis do Brasil (HAB) analisou um total de nove temas, dos quais dois foram cancelados por motivos financeiros, quatro foram finalizados com aplicação em novos modelos e três seguiram em fase de desenvolvimento e testes para implementação em novos produtos a serem lançados.

Dentre as patentes geradas pela gestão e estrutura de inovação da companhia, a Honda submeteu aos órgãos competentes quatro registros no período deste relatório, sendo que dois foram aprovados e seguem em análise. As patentes registradas no último ano referem-se a projetos que ainda não foram lançados, o que limita o relato em detalhes.



Logo Flex One

Destaques de inovação em automóveis

Entre os avanços tecnológicos da companhia nos últimos anos, destacam-se exemplos como o da tecnologia FlexOne, que resolveu problemas no acionamento de automóveis em situações de baixa temperatura. A tecnologia funciona a partir de um conjunto de aquecedores presentes na

linha de combustível que entram em ação no momento em que as portas são destravadas pelo controle das chaves. Essa melhoria eleva a temperatura da mistura ar/combustível para garantir uma partida rápida e segura mesmo com o carro frio.

Nos últimos três anos, a Honda Automóveis investiu aproximadamente R\$ 219 milhões em pesquisa, desenvolvimento e engenharia para contribuir com a inovação de seus produtos.

No período, a companhia concluiu o desenvolvimento de melhorias que resultaram em uma redução no consumo de combustível do modelo Fit quando comparado à sua versão anterior. Nessa mesma linha, a Honda Automóveis do Brasil (HAB) também obteve reduções no consumo de combustível do City e do Civic, em relação às suas versões anteriores. Todos os modelos de automóveis da Honda fabricados no Brasil (HR-V, Fit, City e Civic) possuem certificação A no Programa Conpet do Inmetro, que mede a eficiência dos veículos em relação ao consumo de combustível.

Motocicletas

A Honda também conta com um Centro de Desenvolvimento e Tecnologia (CDT) dedicado ao mercado sul-americano no segmento de motocicletas.



Moto Honda XRE 190

O CDT, inaugurado em 2013, está instalado junto à fábrica de Manaus (AM) e foi concebido como um polo tecnológico multidisciplinar. A estrutura abriga cerca de 200 profissionais da companhia que trabalham dentro do conceito “one floor”, no qual as áreas de Pesquisa & Desenvolvimento, Engenharia & Manufatura e Compras trabalham em sinergia desde a concepção, o desenvolvimento e a validação do produto até sua manufatura, de modo a acelerar os processos de tomada de decisão e a obtenção de resultados. O objetivo é reunir competências distintas para superar expectativas dos clientes com produtos da mais alta qualidade.

O Centro conta com infraestrutura de avaliação de produtos, como um campo de provas com diversos tipos de pistas de testes que simulam as mais variadas condições de uso dos veículos, bem como laboratórios de testes de motor, emissões de gases e durabilidade da motocicleta.

Dentre os destaques do exercício fiscal de 2015, a Honda atuou no desenvolvimento de novos modelos, como a XRE 190 – uma nova motocicleta trail on-off – além da renovação de todo seu line-up e da ampliação do período de garantia para três anos.

Destaques de inovação em motocicletas

No segmento de motocicletas, a Honda tem sido pioneira no desenvolvimento de diversas inovações que levam em consideração necessidades específicas da América do Sul. Exemplos disso foram o pioneirismo mundial no desenvolvimento da tecnologia flex em motocicletas, que teve como objetivo atender o potencial de oferta brasileira de biocombustível (etanol), e a aplicação do sistema CBS* para motos de baixa cilindrada, com foco em ganhos de segurança no uso dos veículos de duas rodas na região.



Pioneirismo mundial no desenvolvimento da tecnologia flex em motocicletas.



Além disso, a Honda implantou em motocicletas inovações tecnológicas como injeção eletrônica, sistemas de escape com novos catalizadores, novos motores e mapas de injeção com o objetivo de reduzir os níveis de emissões de poluentes dos veículos.

Conquista da Moto Honda

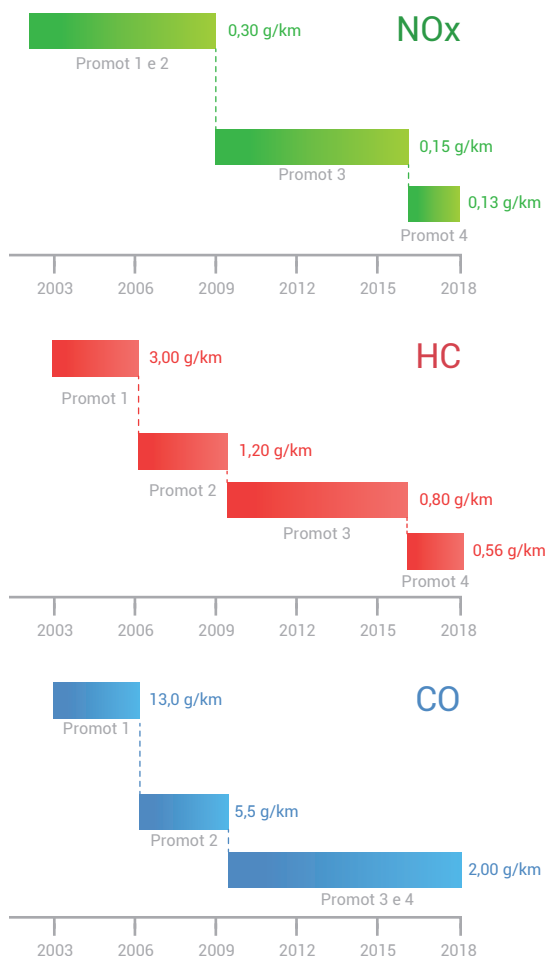
No exercício fiscal de 2015, a Honda renovou o line-up de motos (100% dos modelos) atendendo a todos os requisitos de emissão veicular do Promot 4 (quarta fase do Programa de Controle da Poluição do Ar por Motociclos e Veículos Similares). No atendimento a esse rigoroso programa de controle das emissões de gases, as motocicletas Honda foram além das exigências e atingiram valores bem menores que os limites fixados pela legislação (chegando próximo da metade dos limites).



100% dos modelos atendem a todos os requisitos de emissão veicular do Promot 4

Na progressão do controle das emissões de gases (CO, HC e NOx) ao longo do tempo, os limites ficaram cada vez mais restritos até a fase Promot 4, que fixa os limites de controle atuais

Modelos de motocicletas com velocidade máxima $\geq 130\text{km/h}$



Produtos de Força

Neste segmento, o foco da inovação está no desenvolvimento de novos produtos com o máximo de eficiência, praticidade, menor consumo de combustível e nível de ruído, sempre levando em consideração as demandas específicas para cada mercado onde a companhia está presente. Nas regiões Norte e Nordeste do Brasil, a empresa tem focado principalmente no segmento de rabetas (motores estacionários aplicados a embarcações de uso fluvial). Neste aspecto, a aposta é o motor estacionário GX200 Super, lançado no final de 2015, tendo como público-alvo as populações ribeirinhas que usam a pesca como principal fonte de renda. Já nas regiões Sul e Sudeste, a ideia é ampliar a atuação no mercado agrícola e manter sua presença na construção civil, importante segmento para esta parte do país.



Motor estacionário GX200 Super

Qualidade e Segurança

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



A Honda trata a qualidade e a segurança dos produtos como atributos essenciais da marca. A preocupação com os temas remonta às origens da empresa e integra a filosofia do seu fundador, Soichiro Honda, que definiu a meta conceitual de produção de 120% na qualidade de fabricação dos produtos. Para Honda, 99% de perfeição em qualidade e segurança dos produtos é inaceitável, uma vez que 1% restante abre margem para falhas de fabricação e riscos de geração de produtos defeituosos, o que pode resultar em grande número de clientes insatisfeitos.

Na filosofia de atuação da Honda, produtos com meta de qualidade elevada estão associados à abordagem fundamental da companhia: contribuir para ser uma empresa que a sociedade quer que exista. Nesse contexto, a Honda estende preocupações com o produto para além dos clientes diretos da marca. O objetivo da empresa é oferecer atributos de qualidade e segurança dos veículos para proteção também dos pedestres, o que é traduzido pelo slogan Safety for everyone, usado na comunicação da marca.

Na filosofia de atuação da Honda, produtos com meta de qualidade elevada estão associados à abordagem fundamental da companhia: contribuir para ser uma empresa que a sociedade quer que exista.

Trata-se de um conceito aspiracional que representa o sonho da companhia por uma sociedade livre de colisões no trânsito e na qual as vias e estradas são compartilhadas em harmonia.

As operações fabris da Honda contam com uma política que define indicadores aplicados ao padrão de qualidade e segurança dos produtos. A totalidade (100%) das motocicletas e automóveis Honda passam por avaliações de qualidade. Para assegurar o cumprimento de todos os requisitos, a companhia adota um sistema de gestão que promove um monitoramento sistematizado, onde os indicadores, que são submetidos a controles e avaliações mensais, confirmam o atendimento de metas, com foco permanente em novas soluções e aprimoramentos.

O envolvimento da alta liderança é um elemento fundamental nesse processo e garante a tomada de decisões corretivas imediatas (em caso de problemas identificados) ou a necessidade de aprimoramento das ações preventivas.

Como estímulo às melhorias, os indicadores de qualidade são divulgados internamente sempre com foco na definição de novos desafios para superação de metas. Além disso, a Honda mantém um programa de auditorias externas (realizadas por uma organização certificadora independente) para monitorar e aprimorar o sistema de gestão da qualidade, conforme as diretrizes de sua certificação ISO 9001*.

Após a saída dos veículos das fábricas Honda, a companhia tem como política a manutenção do processo de monitoramento do desempenho dos seus produtos em campo. Caso ocorra a identificação de problemas, a companhia atua de forma proativa junto aos clientes para reparação dos veículos afetados, o que ocorre por meio de campanhas de chamamento (recall), realizadas em conformidade com os mais rigorosos padrões de mercado.

O envolvimento da alta liderança é um elemento fundamental no processo de avaliação de qualidade e garante a tomada de decisões corretivas imediatas.

Avaliações do mercado para o padrão de segurança

Os resultados do modelo de atuação da Honda aparecem em indicadores de qualidade e segurança de produtos feitos pelo próprio mercado. Em automóveis, a Honda ocupa as melhores posições nas avaliações do Programa de Avaliação de Carros Novos para América Latina e o Caribe (Latin NCAP), que oferece aos consumidores informações independentes e transparentes sobre os níveis de segurança dos diferentes modelos.

Prêmio Latin NCAP

Honda HR-V



Honda Fit / City



No segmento de automóveis, em 2015, a Honda atingiu mais uma vez a avaliação cinco estrelas em relação à proteção dos adultos, com os modelos HR-V, City e Fit. No quesito proteção para crianças, a marca obteve cinco estrelas com o HR-V e quatro com Fit e City.

*Norma utilizada para implementação de Sistemas de Gestão da Qualidade.

Nos casos de colisão, a Honda está preocupada em preservar as vidas dos ocupantes de seus veículos e dos demais envolvidos. O prêmio Latin NCAP avalia a segurança do veículo em caso de colisão, porém é importante destacar que a Honda investe no desenvolvimento

de itens de segurança ativa para prevenir a colisão, dentre os quais se destacam as tecnologias VSA (controle de estabilidade) e Lane Watch (câmera para ponto cego) em automóveis, além dos sistemas de freios CBS e airbag para motocicletas.

Conheça um pouco de cada um deles:



VSA: Vehicle Stability Assist (controle de estabilidade)

Tecnologia inovadora que ajuda o motorista a escapar de situações de perda de aderência na parte dianteira ou traseira, que poderiam levar a uma perda absoluta do controle do veículo. O sistema monitora o movimento do carro por meio de sensores e identifica situações em que o veículo tem a tendência de fugir do trajeto esperado/correto. Quando em tal situação, o VSA consegue aplicar o freio nas rodas (em cada uma independentemente), bem como controlar a força gerada pelo motor, trazendo o carro de volta à trajetória correta e segura.



Sistemas de freios CBS

Tecnologia de freios que distribui a força de frenagem entre as duas rodas automaticamente e, por isso, é conhecida pelo nome de Combi-Brake. O sistema faz com que o piloto reduza a velocidade de forma mais segura e eficaz.



Lane Watch

Utilizando uma câmera, o sistema único da Honda captura imagem em tempo real da região de ponto cego do carro (muito difícil de ser monitorada utilizando apenas os espelhos retrovisores). Ao acionar a seta, a região é mostrada no display do automóvel, garantindo que o motorista mude de faixa com segurança e evite colisões com outros veículos.



Airbag para motocicletas

Lançado em 2006 pela Honda Motor Co., foi o primeiro sistema de airbag para motocicletas do mundo. O mecanismo está presente no modelo GL 1800 Gold Wing, comercializado no Brasil.

Cadeia de Fornecimento

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

Parte importante do padrão de qualidade e segurança da Honda está amparada nas matérias-primas utilizadas pela companhia e na escolha dos seus fornecedores. Para isso, a empresa segue diretrizes internacionais, definidas pela matriz japonesa e especificações técnicas, como princípios que determinam a compra dos insumos aplicados nos produtos da marca.

Esses fornecedores são definidos por meio de um estudo de viabilidade que verifica sua capacidade produtiva, qualidade e custo competitivo. Também são verificados outros pontos, como a análise financeira e gerencial realizada pelo departamento de Compras e a avaliação de riscos que mede o potencial que este fornecedor tem de interferir na produção

da Honda na ocorrência de um evento de ordem natural ou de mercado, além da solicitação de certificações ambientais e de qualidade.

Adicionalmente, é exigida dos parceiros uma qualificação mínima de 80 pontos em qualidade, de um total de 100, como condição para que possam trabalhar com a companhia. Durante a fase de prospecção, os fornecedores são consultados antes da decisão de avaliação e contratação da empresa para o fornecimento dos materiais. Sob a responsabilidade da área de Compras, o processo inclui diversos aspectos que integram o padrão Honda definido pela sigla QCDEMS (Qualidade, Custo, Entrega, Meio Ambiente, Gerenciamento e Segurança).

Avaliação dos fornecedores Honda

Critérios

Aspectos

Gerenciamento de risco	Avalia a saúde financeira do fornecedor, entrega no prazo correto e quantidade solicitada.
Auditoria de QAV1*	Avalia se o sistema de gestão da qualidade do fornecedor está de acordo com as normas vigentes.
Auditoria de QAV2*	Avalia o processo produtivo para que a qualidade exigida seja atendida e esteja de acordo com os requisitos legais.

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

Os resultados das avaliações servem de parâmetro para a consolidação de indicadores que resultam em um ranking de classificação dos fornecedores. Esses indicadores são revistos mensalmente por meio de ciclo PDCA*. Trata-se do modelo no qual é realizada análise crítica dos resultados, traçando planos de ações de melhorias ou correções em casos de desvios.

Com o objetivo de manter o controle de custos de produção, o departamento também possui um indicador específico para medição das metas de redução de custo definidas pela diretoria da companhia.

Tais indicadores são avaliados de forma permanente e, na ocorrência de um desvio na meta de custo, o departamento de Compras pode utilizar-se de algumas ferramentas para aproximar ou mesmo trazer as metas aos valores estabelecidos, sendo elas:

- Propostas de alteração técnica que resultem em redução de custo desde que se mantenha o padrão de qualidade.
- Aprovação de matéria-prima equivalente à especificada e que resulte em redução de custo.
- Nacionalização de itens importados.
- Regionalização por meio do uso de especificações do mercado local.

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



Contudo, a empresa entende que avaliar não basta. É necessário também oferecer subsídios e oportunidades para o desenvolvimento daqueles que compõem a cadeia produtiva do negócio. Por isso, a Honda promove anualmente o New Honda Circle – Suppliers (Novo Circulo Honda de Fornecedores, em português), programa desenhado para estimular os fornecedores a buscar a melhoria de qualidade, custos, entrega, gerenciamento e aperfeiçoar os serviços. Para participar, basta realizar a inscrição e formar um grupo de trabalho com foco na melhoria de processos e desenvolvimento de colaboradores.

Atenta à sua responsabilidade, a companhia também exige que seus fornecedores cumpram a legislação trabalhista, regulamentações ambientais e de qualidade, e está revisando seus contratos e acordos para que passem a incluir cláusulas relacionadas a direitos humanos e responsabilidade socioambiental.

Melhorias nos processos de fornecedores

Um dos resultados do New Honda Circle – Suppliers, em 2015, foi a melhoria no processo de aquecimento da liga de alumínio, que resultou em uma economia de 5% no consumo de energia elétrica. A medida contribuiu para a redução de 140 toneladas de CO₂ emitidas na atmosfera.

AUTOMÓVEIS

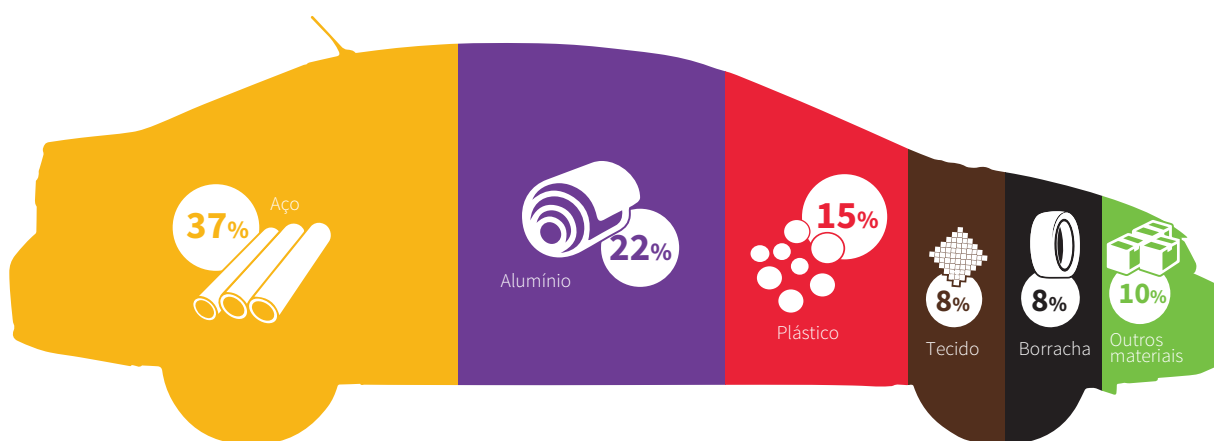
A cadeia de fornecedores para a produção de automóveis envolve 140 empresas diretas de peças, componentes, matéria-prima e material secundário para a fabricação dos veículos. Estes parceiros são classificados conforme a característica dos produtos, podendo ser: matéria-prima, componentes

estampados, plásticos, elétricos, fundidos, forjados e usinados. Fornecedores locais participam com uma média de 60% das compras total dos itens necessários para a montagem de um veículo. No ano fiscal 2015, 50% dos fornecedores foram contratados com base em critérios ambientais.

FORNECEDORES ATIVOS

Total de fornecedores ativos	140
Novos fornecedores contratados no ano fiscal 2015	18

Do que é feito um automóvel Honda?



Redução das emissões de CO₂ pela cadeia de fornecedores

Desde 2008, as fábricas da Honda no Brasil realizam o levantamento das emissões de CO₂ junto a seus fornecedores, que hoje envolvem no mínimo 70% da cadeia em valores de compras. Existe uma meta anual para que cada fornecedor atinja 1% de redução de suas emissões, sendo que esta meta é medida por um sistema desenvolvido pela Honda Japão para todas as unidades no mundo.

A Honda promove, desde 2014, um projeto com os fornecedores participantes desse levantamento para o desenvolvimento de trabalhos de melhoria ambiental. As empresas

com os melhores trabalhos e resultados são reconhecidas por meio da Premiação Ambiental.

Como exemplo, na Honda Automóveis foram desenvolvidos trabalhos de melhoria no processo de aquecimento da liga de alumínio resultando em uma economia no consumo de energia elétrica de 5%, deixando de emitir 140 toneladas de CO₂ na atmosfera. Já na Moto Honda, houve a instalação de supervisórios de energia nos equipamentos de forjamento (máquinas de elevada potência elétrica) com o objetivo de reduzir 10% do consumo de energia e, conseqüentemente, da emissão de CO₂ em aproximadamente 9 toneladas/ano.

MOTOCICLETAS

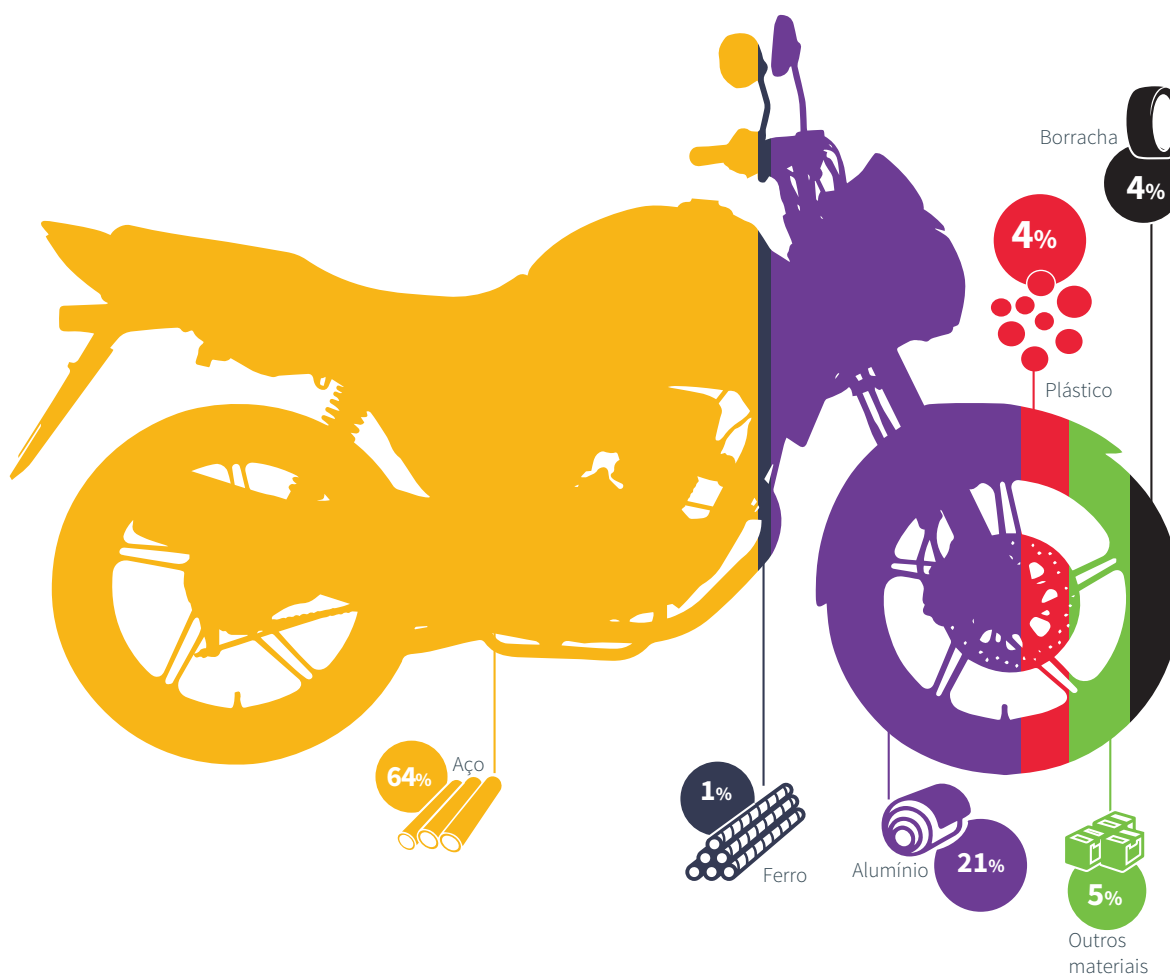
A unidade possui uma cadeia de 115 fornecedores diretos que fornecem peças, componentes, matéria-prima e material secundário para a fabricação de motocicletas. Assim como para automóveis, estes parceiros também são classificados conforme a característica de seus produtos, podendo ser estampados, plásticos, elétricos, componentes, fundidos, forjados e usinados.

Os fornecedores localizados em Manaus (AM) correspondem a 25% do total da Moto Honda e seu faturamento representa em média 67% das compras totais dos itens necessários para a fabricação de uma motocicleta. Vale ressaltar que a cadeia de fornecedores da fabricante não apresenta impactos ambientais significativos devido ao tipo de processo executado.

FORNECEDORES ATIVOS

Total de fornecedores ativos	115
Novos fornecedores contratados no ano fiscal 2015	3

Do que é feita uma motocicleta Honda?



Satisfação do Cliente

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

A essência da filosofia Honda está em proporcionar alegria e bem-estar a todos os envolvidos direta e indiretamente em seus negócios. Com esse espírito, a companhia dedica-se a oferecer produtos da mais alta qualidade, a preços justos, com o objetivo de atingir a plena satisfação dos seus clientes locais e globais durante todo o período de experiência com a marca.

Para obter esse resultado, a Honda mantém equipes de vendas e pós-vendas dedicadas ao relacionamento próximo com a rede de concessionárias, elo do contato dos consumidores com os valores e produtos da companhia. Os colaboradores Honda

assumem também a função de avaliar os pontos de vendas para garantir a qualidade de atendimento aos clientes, observando itens como instalações físicas, atendimento de vendas e de pós-vendas. Os dados levantados são parametrizados de acordo com um padrão de excelência predeterminado e servem de base para concessão de certificados às concessionárias da rede.

Para estreitar o relacionamento com a rede de concessionárias, a Honda realiza encontros anuais com os titulares das revendas, esclarecendo as linhas estratégicas da companhia no mercado nacional e sul-americano.

Honda aprimora sistema de relacionamento com consumidores finais

Durante o último ano fiscal, a Honda avançou no desenvolvimento de um novo sistema de relacionamento com o cliente. Com a implantação programada para ser iniciada em 2016, o projeto MyHonda consiste na criação de uma plataforma de CRM (Customer Relationship Management ou, em português, Gestão do Relacionamento com o Cliente) que permitirá maior proximidade, agilidade na comunicação e gestão eficaz dos relacionamentos com clientes de todos os segmentos de atuação da empresa. Tudo isso com foco em oferecer uma excelente experiência com a marca em todos os pontos de contato e, conseqüentemente, elevar a satisfação dos clientes. O sistema trará para o Brasil o modelo mais avançado em tecnologia para sistemas de CRM, ainda sem paralelo no setor automotivo na América do Sul.



Além de aumentar a eficiência e efetividade na medição dos índices de satisfação dos clientes, o MyHonda também será uma ferramenta importante para apuração de sugestões voltadas para o desenvolvimento de novos produtos. A companhia tem como política a realização constante de pesquisas como guia das decisões de investimentos em inovação e de lançamento de novos produtos. Os levantamentos auxiliam na análise das reais necessidades e características de consumo do público-alvo.

A Honda possui uma equipe interna de relacionamento direto com clientes composta por profissionais altamente qualificados.

Em motocicletas, a Honda adotou uma mudança importante em sua estrutura de relacionamento com os concessionários. Em 2015, a gerência nacional de vendas, centralizada em São Paulo, foi dividida em duas. Foi formado um escritório regional, com sede em Recife (PE), dedicado ao relacionamento com os concessionários das regiões Norte e Nordeste. A equipe é formada por oito representantes de vendas, além de um supervisor e um gerente. O objetivo foi aumentar

o grau de especialização dos colaboradores Honda nos mercados dessas regiões.

No atendimento pós-vendas, além das concessionárias, a Honda possui uma equipe interna de relacionamento direto com clientes composta por profissionais altamente qualificados para atendimento técnico adequado às demandas de consumidores de motocicletas, automóveis e produtos de força.



Concessionária de Automóveis Honda

Proteção do valor dos produtos

A preocupação com a garantia de valor dos bens adquiridos pelos clientes é outro foco de atenção da Honda. A companhia promove esforços para manter sempre o seu volume de produção próximo da demanda real de mercado, evitando assim estratégias agressivas de venda que provoquem a desvalorização de produtos em circulação.

Como exemplo desses esforços, no segmento de motocicletas a Honda consolidou, em 2015,

a adoção do novo sistema de Planejamento Colaborativo de Vendas, que pressupõe a definição, em conjunto – Honda e concessionárias –, de metas de vendas dentro de uma perspectiva de seis meses, com revisões contínuas mensais. A nova metodologia age na prevenção de desequilíbrios de oferta da produção, diminuindo riscos de geração de estoques e contribuindo com manutenção de valores dos produtos no mercado.

Respeito e Transparência na relação com o cliente

A Honda mantém uma estrutura de operação dedicada à avaliação de falhas após a saída dos seus produtos das fábricas. Caso ocorra a identificação de problemas que afetem a segurança do usuário, a companhia atua de forma proativa para o reparo por meio de campanhas de chamamento (recall), realizadas em conformidade com os mais rigorosos padrões de mercado e com ampla divulgação na imprensa nacional e disponibilização de informações no website da marca. Todos os componentes afetados são substituídos ou reparados e as concessionárias ressarcidas.

Cabe ressaltar que a taxa de retorno à concessionária é impactada pela quantidade representativa de veículos com até 13 anos de uso, o que dificulta a identificação da sua localização para acionamento mais ágil do proprietário e posterior correção do defeito. Outro desafio constante é a disponibilidade de peças em volume suficiente para o atendimento dessas campanhas de reparo, principalmente por conta do mercado cada vez mais globalizado, em que fornecedores precisam atender diferentes marcas ao redor do mundo. Porém, nesse sentido, a Honda também não tem poupado esforços para disponibilizar peças de reposição de forma rápida para o pronto atendimento dos clientes.

Campanhas de recall do ano fiscal 2015

Brasil

Durante o ano fiscal de 2015, das seis campanhas de recall da Honda Automóveis, três estavam relacionadas a reparos nos insulfladores de airbags frontais fornecidos pela

fabricante japonesa Takata*. As falhas nesses componentes envolvem modelos de diversas montadoras no mundo, com casos mais graves identificados nos Estados Unidos.

Automóveis

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
Fit e City	Troca airbag motorista	164.076
Fit, City, Civic e CR-V	Troca airbag motorista	477.580
Fit e CR-V	Troca airbag motorista e passageiro	314.945
HR-V	Parafusos do cubo da roda	3.889
Fit	Atualização do software de transmissão CVT	13.965
Fit, City, Civic e CR-V	Marcador do nível de combustível	423.217

Motocicletas

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
VFR 1200	Eixo cardã	489
Shadow 750	Sensor de inclinação	2.842
GL1800 Gold Wing	Cilindro mestre do freio	667
10 modelos	Interruptor magnético de partida	11.922
CB500F / CBR500R	Marcador de combustível	9.801
XRE300 / CRF230F	Garfo traseiro	11.819

*O recall Takata está relacionado a falhas nos dispositivos frontais dos lados de motorista e passageiro, que podem estilhaçar ao ser acionados durante um acidente e levar a lesões graves ou até mesmo fatais. Na América do Sul, a Honda não registrou casos de fatalidades.

Chile

Também impactada pela falha dos airbags frontais fornecidos pela Takata, a Honda Motor del Chile realizou em 2015 uma chamada para o reparo preventivo de diversos modelos fabricados entre os anos de 2001 e 2009.

AUTOMÓVEIS

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
Accord	Troca airbag motorista e passageiro	880
Civic	Troca airbag motorista e passageiro	4.381
CR-V	Troca airbag motorista e passageiro	9.420
Fit	Troca airbag motorista e passageiro	376
Pilot	Troca airbag motorista e passageiro	699
Ridge-line	Troca airbag motorista e passageiro	14
City	Troca airbag motorista e passageiro	570
Pilot	Odômetro - reprogramação de módulo	77
Accord	Airbag lateral - reprogramação de módulo	387

MOTOCICLETAS

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
Shadow 750	Sensor de inclinação	47
VFR 1200	Eixo cardã	96
GL1800 Gold Wing	Cilindro mestre do freio	55
24 modelos	Interruptor magnético de partida	1.135
CB500F CBR500R	Marcador de combustível	224
XRE300 XR250 CRF230	Garfo traseiro	40

Argentina

Em setembro de 2015, a Honda Motor de Argentina realizou recall para o modelo HR-V (ano 2016), para a verificação e possível troca dos parafusos das rodas. Em novembro, foi realizado o recall global da Takata, que convocou proprietários de modelos Accord, City, CR-V, FIT e Civic. Já no segmento de motocicletas, foram realizadas chamadas para manutenção preventiva e substituição do garfo de suspensão traseira do modelo 2015 da XR 250.

AUTOMÓVEIS

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
Civic	Troca airbag motorista e passageiro	31.252
CR-V	Troca airbag motorista e passageiro	32.908
Accord	Troca airbag motorista e passageiro	1.341
City	Troca airbag motorista e passageiro	19.504
FIT	Troca airbag motorista e passageiro	38.586
HR-V	Parafuso do cubo das rodas	2.402
Accord	Airbag lateral - reprogramação de módulo	291

MOTOCICLETAS

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
XRE300 XR250 CRF230	Garfo Traseiro	2.071
VFR 1200	Eixo cardã	1
GL1800 Gold Wing	Cilindro mestre do freio	12

Peru

No Peru, a Honda também executou chamada preventiva para a troca do insuflador do airbag como reflexo do recall global da Takata e também um recall preventivo para diversos modelos de motocicletas.

AUTOMÓVEIS

Modelos	Motivo	Quantidade de veículos
Civic	Troca airbag motorista e passageiro	2.053
CR-V	Troca airbag motorista e passageiro	8.558
Accord	Troca airbag motorista e passageiro	572
Pilot	Troca airbag motorista e passageiro	229
City	Troca airbag motorista e passageiro	1
Fit	Troca airbag motorista e passageiro	1
Pilot	Odômetro - reprogramação de módulo	37
Pilot	Luz de advertência - reprogramação de módulo	175
Accord	Airbag lateral - reprogramação de módulo	201

MOTOCICLETAS

MODELOS	Motivo	Quantidade de veículos
Shadow 750	Sensor de inclinação	7
VFR 1200	Eixo cardã	10
GL1800 Gold Wing	Cilindro mestre do freio	2
24 modelos	Interruptor magnético de partida	350
CB500F CBR500R	Marcador de combustível	64

Pesquisas de Satisfação

Entre as principais políticas da Honda está a realização de uma pesquisa de acompanhamento da satisfação do cliente após serviços pós-venda. Representado por um indicador próprio, o Total Satisfaction Index (TSI), esse levantamento inicia-se três ou quatro dias após a realização de alguma manutenção ou reparo. O processo funciona por meio do contato direto feito pela concessionária, que atualiza os dados do cliente e realiza o envio de um questionário pela internet. Após a conclusão da pesquisa, consolidada 100% pelas concessionárias, a Honda recebe os dados, fornece relatórios gerenciais para a rede e, caso necessário, pode contatar diretamente clientes insatisfeitos para traçar análises conclusivas e gerar ações de melhoria.

Nos resultados da análise de satisfação do cliente durante o último exercício fiscal, a Honda manteve estável o índice total de satisfação, com variação positiva de 1% em relação ao dado do indicador do período anterior.

No total auferido no período, 99,7% dos clientes mostraram-se satisfeitos com os produtos e serviços da empresa, somando valor bruto de 70.530 avaliações.

Durante o levantamento, a Honda também colhe comentários sobre a experiência do cliente. Na rede de concessionárias de automóveis, mais de um terço do total (35%) foram elogios. Já na rede de concessionárias de motocicletas, os resultados foram ainda mais positivos, com os comentários elogiosos atingindo 57% do total.

Avaliações de mercado

Em uma pesquisa feita com 1.470 pessoas de oito regiões do país, a Honda Automóveis foi avaliada como a “empresa que mais respeita o consumidor”. O levantamento foi feito pela publicação editorial “Consumidor Moderno”, em parceria com a empresa Shopper Experience. Entre os principais atributos analisados estão os produtos e serviços de boa qualidade e funcionários solícitos, disponíveis e gentis no contato com o público.





› GOVERNANÇA

GOVERNANÇA



Sede da Honda South America, Sumaré (SP)

Estruturas Sólidas para uma Atuação de Longo Prazo

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

A Honda South America (HSA) segue rigorosos princípios de governança corporativa. Trata-se de um tema visto pela companhia como estratégico para o desenvolvimento dos negócios a partir de diferentes prismas. Regras sólidas de governança oferecem as condições necessárias para obtenção dos resultados, garantindo segurança às operações frente a riscos internos e externos. Além disso, garante à subsidiária maior autonomia e independência de atuação, permitindo respostas rápidas em relação às mudanças e tendências dos mercados locais.

A governança corporativa da Honda South America (HSA) está inserida como parte da estrutura denominada ESG (sigla em inglês), que significa Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Governança.

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

Governança Corporativa Honda

Pilar

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

A companhia reúne normas e procedimentos aplicados de forma transversal aos diferentes departamentos e áreas de negócios. Estas normas incluem, por exemplo, políticas de prevenção à corrupção, prevenção e combate à lavagem de dinheiro, gerenciamento de riscos e crises, segurança da informação, governança corporativa e gestão de salários e benefícios. Trata-se de um sistema que define as responsabilidades dos colaboradores (segregação de funções por autorização, registro e custódia), alçadas (limites de aprovação de investimentos e despesas) e riscos ou áreas de riscos que estão sujeitas a monitoramento por Governança. Durante o ano fiscal 2015, foi desenvolvida e aprovada uma política de prevenção ao trabalho análogo ao escravo e da mão de obra infantil.

Governança

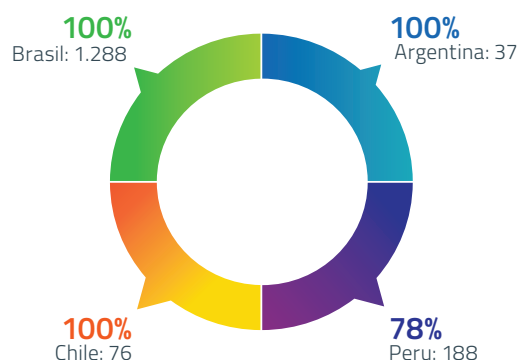
A atuação dos colaboradores é guiada pelo Código de Conduta da Honda South America (HSA), que aponta diretrizes em relação à conformidade com leis, regulamentações e normas, segurança no trânsito, proteção ambiental, gestão da informação, direitos humanos, entre outros aspectos relevantes para a companhia.

Em 2014 houve a implantação do Programa de Integridade (que auxilia na adequação dos processos à Lei Anticorrupção) e um mapeamento das áreas prioritárias que deveriam passar por um treinamento sobre o tema. O programa, em continuidade ao longo de 2015, envolve ações específicas sobre corrupção, como a implantação da política de prevenção à corrupção, identificação de áreas críticas*, treinamento para os colaboradores e aceite dos fornecedores sobre o cumprimento da lei local anticorrupção.

Nas empresas localizadas no Brasil, os treinamentos internos são realizados por login pessoal em sistema e-learning. Nas demais localidades, são realizados de forma presencial.

Para garantir que possíveis violações ao Código de Conduta sejam denunciadas, todos os colaboradores contam com um canal de comunicação direto com a diretoria, o Guichê HCG, pelo qual podem se manifestar por e-mail, carta-resposta ou em urnas distribuídas em pontos estratégicos das unidades, com garantia total de sigilo.

Percentual de gestores, colaboradores e parceiros treinados em áreas críticas como políticas anticorrupção e de combate à corrupção (HSA)



Não críticas /Gerais

Brasil	938
	36%

Para o ano fiscal 2016, está prevista a conclusão de 100% de treinamentos para gestores, empregados e parceiros na política de prevenção à corrupção no Peru e para áreas não críticas no Brasil.

* Áreas críticas são as áreas com contato direto com órgão governamentais, fiscalizadores ou legislativos (exemplos são Relações Institucionais, Vendas, Compras, Jurídico, Fiscal).

Riscos corporativos

A Honda instituiu uma política de gestão de riscos global que define as diretrizes a serem adotadas pelas operações regionais. Riscos corporativos potenciais incluem riscos estratégicos, de desaceleração econômica, recessão, mudanças nas preferências dos consumidores, aumento dos preços de combustível, crise financeira ou outros fatores que provoquem uma diminuição na procura por automóveis, motocicletas e produtos de força, afetando negativamente os resultados das operações da Honda.

Para fortalecer as práticas de gestão nas diferentes regiões, em 2013 um novo modelo de gestão de riscos passou a ser utilizado para identificar, avaliar e tratar riscos potenciais e reduzir impactos – ou transformá-los em oportunidades – por meio de medidas preventivas. A previsão é que estas práticas estejam totalmente estabelecidas até o final do ano fiscal 2016.

Conformidade

A Honda South America (HSA) trabalha para atuar em conformidade com leis e regulamentos do setor, bem como para definir políticas, normas e procedimentos internos que direcionem as atividades do negócio de forma clara e ética.

Para garantir que as diretrizes relacionadas à área de Compliance sejam seguidas, a empresa conta com uma avaliação interna de seus procedimentos, de acordo com a lei norte-americana Sarbanes-Oxley (SOX), que visa garantir a implantação de mecanismos de auditoria e segurança confiáveis. Os processos são submetidos à alta administração (Riscos Corporativos, Autoavaliação, Controles Internos SOX, Canal de Denúncias) e reportados à matriz no Japão em periodicidades semestrais e anuais.

A área de Governança Corporativa avalia, anualmente, a implantação e eficiência dos sistemas de gestão e operação por meio da aplicação de um questionário para os gestores de todas as áreas, com análise e aprovação de cada superior direto. Todas as avaliações de governança são formais para enfatizar o comprometimento dos envolvidos.

Sistemas de avaliação de governança utilizados pela Honda

- ▶ Sistema de medição corporativa: autoavaliação pelos gestores (100% para gerentes e acima) sobre os sistemas e operação dos processos de governança.
- ▶ Sistema de medição específico: controles internos SOX sobre processos relevantes de negócios e tecnologias (mais de 90 processos documentados e revisados anualmente) que são submetidos à certificação SOX por auditoria independente.
- ▶ Sistema de normas e conduta: políticas e procedimentos corporativos, disponíveis em intranet ou diretórios próprios (normas restritas) para acesso ao público interno. Estrutura de Código de Ética, sigilo de informações, padrões de conduta formais e disseminados por treinamentos e pela gestão de governança.

91
riscos corporativos

171
gestores
envolvidos no
processo de
autoavaliação

94
processos SOX

Vale ressaltar que nos últimos três anos, 100% das operações de venda direta de motocicletas e automóveis foram submetidas à avaliação de riscos relacionados à corrupção.

Estrutura Corporativa

Business planning office

Consolida o planejamento estratégico e centraliza o controle sobre os objetivos e metas de cada unidade de negócio. Esta área concentra as informações e é responsável pela organização de um plano estratégico integrado para os negócios da Honda na região.

Comercial

Comercializa nacional e internacionalmente produtos feitos no Brasil. É responsável por alinhar estratégias regionais de venda, compartilhando as melhores práticas mundiais e desenvolvendo novos mercados na América do Sul.

Desenvolvimento

As unidades da Honda Research Brazil (HRB) de automóveis, motocicletas e produtos de força centralizam a função de pesquisa e desenvolvimento de produtos e componentes na América do Sul.

Relações Institucionais, Relações Públicas e Regulamentação de Produtos

As três áreas atuam em toda América do Sul por meio da comunicação e construção de bons relacionamentos com os diferentes stakeholders para o fortalecimento da marca e da presença da Honda no continente. Este relacionamento também é mantido com as principais entidades relevantes para o negócio.

Sustentabilidade

Presente desde o início das atividades da Honda, a sustentabilidade é pensada como estratégia dos negócios da empresa. O compromisso permanente com a preservação do meio ambiente, a colaboração constante com as comunidades do entorno de suas unidades e a rigidez no atendimento e na conformidade com leis e regulamentos para a gestão de riscos têm amadurecido significativamente nos últimos anos. Essas ações culminaram com a criação do departamento de ESG (sigla em inglês que significa Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Governança), que entende e atende as expectativas dos stakeholders, integrando-as na definição da estratégia organizacional.



Estrutura Corporativa

Administrativo

A área administrativa está estruturada para atuar em processos-chave de Recursos Humanos, Tecnologia da Informação, Controladoria, Sustentabilidade e Jurídico. Ela é responsável por unificar políticas e processos que possibilitem ganhos de escala provenientes da centralização, garantindo a uniformidade e o fortalecimento da cultura corporativa em todo o continente sul-americano.

Engenharia

Cada segmento da Honda possui uma área própria de engenharia que dá suporte para as necessidades específicas de todos os países da região. O papel corporativo da área de Engenharia é garantir o alinhamento entre a operação de cada local e os objetivos do negócio, além de oferecer suporte técnico às fábricas. Hoje, a Engenharia da Moto Honda da Amazônia (HDA) tem função corporativa para motocicletas e produtos de força, enquanto a da Honda Automóveis do Brasil (HAB) tem seu foco na linha de carros da companhia.

Produção

Fabricar os produtos com o padrão de qualidade Honda conforme os projetos desenvolvidos pela área de Pesquisa & Desenvolvimento e a demanda do mercado local.

Auditoria interna

Verifica a conformidade de todos os processos da operação alinhando-os às normas de Governança.

Serviços aos clientes

Composta por Pós-Vendas e Peças e com uma estrutura focada nas melhores práticas de mercado, a área trabalha para garantir o melhor atendimento após a compra e assegurar a satisfação do cliente não só com o produto, mas com a marca Honda de forma geral. Além disso, por meio da unidade de Peças, tem como foco melhorar os resultados de vendas e agilizar a distribuição de peças de reposição, fortalecendo sua presença em todo o continente.



Participação em Associações

[G4-16]



Brasil

› ABRACICLO

Presidência

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

› SIMEFRE

Vice-Presidência

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

› ANFAVEA/SINFAVEA

Vice-Presidência

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

› AEA

Diretoria

(Associação Brasileira de Engenharia Automotiva)

› FIEAM

Diretoria

(Federação das Indústrias do Estado do Amazonas)

› CIEAM

Diretoria

(Centro da Indústria do Estado do Amazonas)

› AFICAM

Diretoria

(Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia)

› Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo

Diretoria

A empresa também participa de discussões na Abimaq, AMCHAM, Ciesp, Abeólica, Sindieólica, ABNT e Sindipeças.

Argentina

› ADEFA

(Asociación de Fabricantes de Automotores)

› CAFAM

(Cámara de Fabricantes de Motovehículos)

Chile

› ANIM

(Asociación Nacional de Importadores de Motocicletas)



PERFORMANCE
SOCIOAMBIENTAL

PERFORMANCE SOCIOAMBIENTAL



Parque eólico da Honda Energy do Brasil, em Xangri-Lá (RS)

Responsabilidade com o Futuro das Próximas Gerações

Alinhada com a matriz no Japão, a Honda South America (HSA) trata a segurança e a preservação do meio ambiente como aspectos centrais do modelo das suas operações industriais e de relacionamento com a sociedade.

Para isso, a companhia promove constantes investimentos na redução de impactos ambientais inerentes ao negócio. Por meio de inovações que ajudam no ganho de eficiência

no consumo e na redução dos níveis de emissões dos gases causadores do efeito estufa, a Honda se destaca no mercado com iniciativas que incluem a diversificação da sua matriz energética com uso de fonte renovável. Além disso, a empresa também integra à sua estratégia de sustentabilidade ações de desenvolvimento social nas comunidades por meio de projetos de apoio ao crescimento econômico, educacional e cultural.

Declaração Ambiental Honda

A matriz da Honda no Japão, estabeleceu em 1992, a Declaração Ambiental Honda, que é adotada como base para a gestão ambiental em todas as subsidiárias do Grupo no mundo.

Nós, como um dos membros da sociedade responsáveis pela proteção do meio ambiente global, faremos todos os esforços para contribuir para a saúde dos seres humanos e a preservação do meio ambiente em nosso planeta em cada fase de nossas atividades

1 Vamos nos esforçar para reciclar materiais e conservar recursos e energias em todos os estágios do ciclo de vida de nossos produtos, desde a pesquisa, o projeto, a produção e as vendas até os serviços pós-venda e o descarte.

2 Vamos empregar todos os esforços para reduzir e encontrar métodos apropriados para o descarte dos resíduos e poluentes que são gerados pelo uso de nossos produtos e em todos os estágios do ciclo de vida desses produtos.

Redigida e anunciada em junho de 1992

corporativas. Somente desta forma seremos capazes de obter sucesso no futuro, não apenas para nossa empresa, mas para o mundo todo. A cada dia, devemos agir em nossos interesses empresariais de acordo com os seguintes princípios:

3 Como membros da empresa e da sociedade, cada um de nós, colaboradores, dará foco à importância de fazer todos os esforços para proteger a saúde humana e o meio ambiente global e faremos nossa parte para assegurar que a empresa, como um todo, possa atuar de forma responsável.

4 Vamos considerar a influência que nossas atividades corporativas têm sobre o meio ambiente e a sociedade local e vamos nos empenhar para aprimorar a reputação social de nossa empresa.

Visão Ambiental e de Segurança da Honda

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

Desempenho Ambiental das Atividades de Negócio

[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]

A visão de sustentabilidade da Honda tem desdobramentos em toda a cadeia produtiva da companhia por meio de conceituações.

Considerando mudanças climáticas, questões energéticas e utilização eficiente de recursos,

a empresa estabelece metas e perspectivas para minimizar os impactos ambientais dos seus produtos e serviços. Dessa forma, trabalha com oito conceitos que garantem ações de responsabilidade ambiental em toda a cadeia produtiva.



Green Factory

Prevê metas e diretrizes para redução de impactos ambientais no processo produtivo, o que inclui o gerenciamento de resíduos, eficiência energética, uso racional da água e redução de emissões atmosféricas.



Green Purchasing

Tem o objetivo de otimizar o consumo de energia elétrica e recursos, além de reduzir as emissões de CO₂ provenientes do processo produtivo das peças e componentes que abastecem as fábricas.



Green Logistics

Garante uma redução constante dos impactos causados nos processos de transporte dos produtos e peças da companhia.



Green Dealer

Estimula a rede de concessionárias Honda a destinar adequadamente 100% dos resíduos gerados nos serviços pós-vendas e atendimento ao cliente.



Recycling (3R's)

Trabalha na reciclabilidade desde a escolha dos componentes do produto até a destinação adequada ao final da sua vida útil.



Green Office

Busca o alinhamento dos escritórios às diretrizes da empresa, com ações de reciclagem, coleta seletiva e uso racional de energia elétrica, água e papel.



Green IT

Alia tecnologia de ponta e preservação ambiental por meio de medidas como otimização e transformação de servidores e criação de centrais de impressão.



Green Laboratories

Desenvolve e implanta tecnologias ambientais e energéticas para melhorar o desempenho dos motores Honda, reduzir as emissões atmosféricas e desenvolver produtos movidos a energias alternativas.

Green Factory

Moto Honda da Amazônia (HDA)

O comprometimento com medidas de proteção ao meio ambiente começou a ser posto em prática na América do Sul desde o início das operações industriais da companhia no Brasil, com a inauguração da fábrica de motocicletas, em Manaus, em 1976. Desde 1998, a planta é certificada pela ISO 14001 e, no ano 2000, foi implantado o conceito Green Factory. Desde 2013, a unidade também passou a integrar o Programa Brasileiro GHG Protocol, recebendo o Prêmio Ouro por duas vezes consecutivas em 2014 e 2015.

Honda Selva del Peru

A planta de motocicletas e triciclos, localizada na cidade de Iquitos, realiza uma série de atividades com foco na responsabilidade ambiental. São iniciativas em prol de otimização do uso de recursos naturais e da redução na emissão de CO₂, além de campanhas de conscientização para os colaboradores.

Honda Automóveis do Brasil (HAB)

Desde o início da produção de automóveis em 1997, a Honda mobiliza esforços de proteção ambiental na fábrica de Sumaré (SP). Essas iniciativas adequaram a unidade aos requisitos da certificação ambiental ISO 14001, obtida em 2005, e em 2008, aos critérios do conceito mundial Green Factory, orientado pela própria matriz da companhia no Japão. A partir de 2011, a empresa passou a integrar o Programa Brasileiro GHG Protocol, que gerencia a emissão de gases, recebendo o Prêmio Ouro desde então.

Honda Motor de Argentina

O compromisso ambiental segue nas demais operações da companhia na América do Sul. Em 1978, foi fundada a Honda Motor de Argentina S.A., e em 2011, iniciou-se a fabricação de automóveis na cidade de Campana, onde são também produzidas motocicletas. A fábrica recebeu, em 2014, a certificação ISO 14001.



Vista aérea da fábrica de motocicletas em Manaus (AM) e linha de montagem da fábrica de automóveis em Sumaré (SP)

Emissões

A busca pela redução constante das emissões dos gases causadores do efeito estufa (GEEs) faz parte das ações da Honda. A empresa possui metas agressivas para diminuição das emissões de CO₂ em sua cadeia produtiva, nas operações industriais e em seus próprios produtos.

Um marco da materialização desse compromisso foi a implantação do primeiro parque eólico da Honda Energy do Brasil, em Xangri-Lá (RS). O projeto concluiu seu primeiro ciclo de operação no ano fiscal 2015, já com a capacidade de abastecer 100% da produção da fábrica de Sumaré (SP), com a geração de mais de **71.403 MWh** de energia, o que representa uma redução de **8.007 toneladas de CO₂** ao longo do

período coberto por este relatório. O empreendimento é o único do setor a obter o Certificado de Energia Renovável concedido pela ABEEólica (Associação Brasileira de Energia Eólica) e pela Abragel (Associação Brasileira de Geração de Energia Limpa).

Em Manaus, com o objetivo de otimizar a matriz energética da Moto Honda da Amazônia, o departamento de Infraestrutura implantou o uso de gás natural como combustível nos processos de secagem de peças nas pinturas, no forno de sinterização e no preparo de alimentos para os colaboradores, substituindo o gás GLP (gás liquefeito de petróleo). Com essa melhoria, foi possível reduzir **1.453 toneladas de CO₂** por ano.

Fontes de emissão da Honda, de acordo com classificação do Programa Brasileiro GHG Protocol

Escopo 1 - Emissões diretas de fontes não renováveis

- ▶ Combustão móvel
- ▶ Combustão estacionária
- ▶ Resíduos sólidos e efluentes líquidos
- ▶ Fugitivas
- ▶ Agrícolas (somente Moto Honda da Amazônia)

Emissões Biogênicas - Emissões diretas de fontes renováveis

Etanol
Biodiesel

Escopo 2 - Emissões indiretas pelo uso de eletricidade

Aquisição de energia elétrica

Emissões de GEE das fábricas no Brasil

Emissões diretas de fontes renováveis tCO₂e



Emissões diretas de fontes não renováveis tCO₂e



Emissões indiretas pelo uso de eletricidade tCO₂e



■ Honda Automóveis do Brasil
■ Moto Honda da Amazônia

(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)

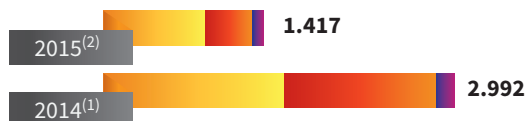
As emissões de GEE das fábricas no Brasil são calculadas de acordo com a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol e foram verificadas por terceira parte.

A metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol determina a utilização do fator de emissão do Grid nacional para cálculo das emissões indiretas pelo uso de eletricidade. Portanto, a redução de emissões relativas ao parque eólico de Xangri-lá não é refletida no inventário de emissões da Honda Automóveis do

Brasil (HAB). A empresa também calcula as emissões indiretas escopo 3 de acordo com o GHG Protocol para as categorias transporte e distribuição (upstream), o que representa os resíduos gerados nas operações e viagens a negócios. Em 2015, as emissões escopo 3 da HAB totalizaram 1.424 tCO₂e.

Emissões de GEE das fábricas na Argentina e no Peru

Emissões diretas de fontes não renováveis tCO₂e



Emissões indiretas pelo uso de eletricidade tCO₂e



Honda Motor Argentina (Automóveis)

Honta Motor Argentina (Motocicletas)

Honda selva del Peru

(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)

(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Nas fábricas da Argentina e do Peru, as emissões são calculadas utilizando metodologia própria.

A Moto Honda da Amazônia apresentou aumento no consumo de gases refrigerantes devido à climatização de novos postos de trabalho e das novas fábricas de componentes, além da intensificação da manutenção preventiva dos

equipamentos em decorrência da elevada temperatura na cidade de Manaus (AM). Esse fatores impactaram nos volumes de emissão de GEE, porém, não são refletidos quando convertidos para consumo de energia em GJ.

Eficiência energética

Dentro do conceito Green Factory, além de buscar o uso de fontes de energia renovável, as unidades fabris da Honda avançam anualmente em ações e processos para ampliar níveis de eficiência energética.

A Honda Automóveis do Brasil (HAB) desenvolveu internamente mecanismos eletrônicos para que os motores e queimadores utilizados pelo departamento de Pintura pudessem ser desligados parcialmente em períodos improdutivos, sem comprometer a qualidade do processo. O projeto permitiu uma

redução de **113.566 m³/ano** no consumo de gás natural e de **710 MWh/ano** no consumo de energia elétrica utilizados nesse processo. Essa economia de energia elétrica permitiria abastecer mensalmente mais de 300 residências brasileiras.

As áreas de Pintura e Linha de Montagem da Moto Honda da Amazônia (HDA) tiveram seus chillers resfriadores a parafuso e pistão substituídos por modelos centrífugos, que apresentam maior eficiência energética. A iniciativa implantada resultou na redução de **242.476 kWh** mensais.

Consumo de energia nas fábricas

Consumo de energia direta de fontes renováveis GJ



Consumo de energia direta de fontes não renováveis GJ



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)

(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Consumo de energia indireta pelo uso de eletricidade GJ



Honda Automóveis do Brasil

Moto Honda Amazônia

Honda Motor Argentina (Automóveis)

Honda Motor Argentina (Motocicletas)

Honda Selva Del Peru

Uso racional da água

A economia da água também contribui para o consumo inteligente de bem natural escasso. Nas unidades fabris da companhia, foram adotados diferentes tipos de ações nessa área.

A Honda Automóveis do Brasil implantou uma solução que resultou na economia de 50% no consumo de água gerado pelo sistema de climatização, eliminando o vazamento de **1.400 litros** de água por hora. Isso foi possível por meio da redução da quantidade de bicos em 50% e substituição dos restantes por um modelo de diâmetro menor, o que resultou também em uma economia de 30% do consumo de energia na área. Em outra iniciativa na unidade de Sumaré, no setor de Logística Interna, a implantação

de equipamentos de reuso de água da chuva possibilitou reduzir o consumo de água potável em **22.400 litros** por ano.

Com o objetivo de reduzir o consumo de água potável do poço artesiano, a equipe de divisão de Peças da Moto Honda, localizada em Sumaré (SP), implantou uma medida que reutiliza a água de condensação do ar-condicionado. Agora, ela é armazenada em tanques para ser utilizada na limpeza de calçadas e na rega de plantas, ao invés de ser descartada. Os tanques foram reaproveitados da sucata da fábrica de automóveis. A ação gerou uma redução de **12,5 m³** no consumo mensal de água.

Água retirada por fonte das fábricas e adquirida

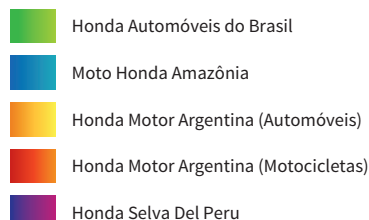
Consumo de água retirada da rede (m³)



Consumo de água retirada de corpos subterrâneos (m³)



Consumo de água de reúso (m³)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Na Honda Automóveis do Brasil, o consumo de água do ano 2014 foi atípico devido à realização de obras para a construção de novos prédios (como a sede administrativa da Honda South America). No ano seguinte, o consumo voltou aos níveis normais. Em 2015, foi realizada a interligação da rede de distribuição de água de poços para atender pontos isolados e de alto consumo da fábrica, proporcionando mais independência quanto ao abastecimento de água através de fornecimento externo (caminhões-pipa).

Resíduos

A empresa tem o compromisso de aperfeiçoar seu sistema de gerenciamento de resíduos e promover o descarte correto, conforme as legislações vigentes, além de investir em medidas que contribuam para a redução da geração. Ao implantar ações para o reaproveitamento, a companhia se empenha em concluir o ciclo de vida de todos os materiais envolvidos no processo produtivo. Para isso, desenvolve tecnologias que permitem redução, reutilização e reciclagem de resíduos, que incluíram no ano fiscal 2015 ações na estamparia e linha de montagem de automóveis, nas estações de tratamento de efluentes, na produção de motocicletas, entre outras.

O departamento de Estamparia da Honda Automóveis do Brasil (HAB), responsável por produzir as peças maiores dos automóveis, como capô, teto e portas, desenvolveu uma maneira de otimizar o consumo de matéria-prima e reduzir o descarte de resíduos. Após alguns testes realizados, foi implantada uma ação para diminuir o tamanho da chapa recebida pelo fornecedor, sem alterar a qualidade do produto. Assim, é possível ter menos retalhos após o corte, o que evita o descarte de **163 toneladas** de sucata anualmente.

No segmento de motocicletas, todos os resíduos gerados pelos processos produtivos são levados para a Central de Coleta Seletiva da fábrica da Moto Honda da Amazônia (HDA), em Manaus.

Em 2015, a empresa passou a reciclar retalhos de chapas de aço provenientes da produção de componentes para a fabricação do cilindro do motor. Com a iniciativa, cerca de 20 toneladas de aço foram reutilizadas.

**REDUÇÃO ANUAL
DE 163 TONELADAS
DE SUCATA.**



Motor do modelo Honda CB 1000

33%

Cada motor de motocicleta possui aproximadamente 33% de material reciclado. Atualmente, a fábrica de Manaus produz 85,5 mil motores por mês.

Nesse aspecto, o alumínio e a areia shell permitem a utilização de uma determinada quantidade de material reciclado em sua composição, respeitando os limites especificados, para garantir as propriedades mecânicas necessárias de segurança dos produtos. Cada motor, por exemplo, possui aproximadamente 33% de material reciclado e, atualmente, a fábrica produz **85,5 mil motores** por mês. No caso da areia shell, a companhia destina o

resíduo a uma empresa parceira, responsável por fazer a reciclagem e posterior devolução à fábrica para reutilização no processo de fabricação dos moldes. O Centro de Distribuição do Peru passou a reciclar e reaproveitar suas embalagens de papelão. Com a medida, foi possível reduzir em **7 toneladas** por ano o consumo desse material. O mesmo processo também foi aplicado na fábrica de triciclos, que resultou na redução de **54 toneladas** anuais.

Honda Automóveis do Brasil

Resíduos não perigosos (ton)



Resíduos perigosos (ton)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Houve um aumento nos resíduos não perigosos, principalmente recicláveis de scraps da estamparia e de embalagens de peças, devido ao início da produção do modelo HR-V que, em relação aos demais automóveis fabricados, apresenta proporções significativamente maiores.

Moto Honda da Amazônia

Resíduos não perigosos (ton)



Resíduos perigosos (ton)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Honda Motor Argentina (Automóveis)

Resíduos não perigosos (ton)



Resíduos perigosos (ton)



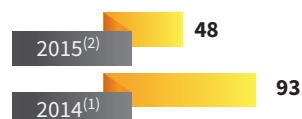
(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Honda Motor Argentina (Motocicletas)

Resíduos não perigosos (ton)



Resíduos perigosos (ton)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Honda Selva Del Peru

Resíduos não perigosos (ton)



Resíduos perigosos (ton)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

A Honda Selva del Perú destina resíduos considerados perigosos, baterias e óleo, que correspondem a menos de 1% do seu resíduo total, para aterros controlados e monitorados conforme legislação vigente local.

Green Office

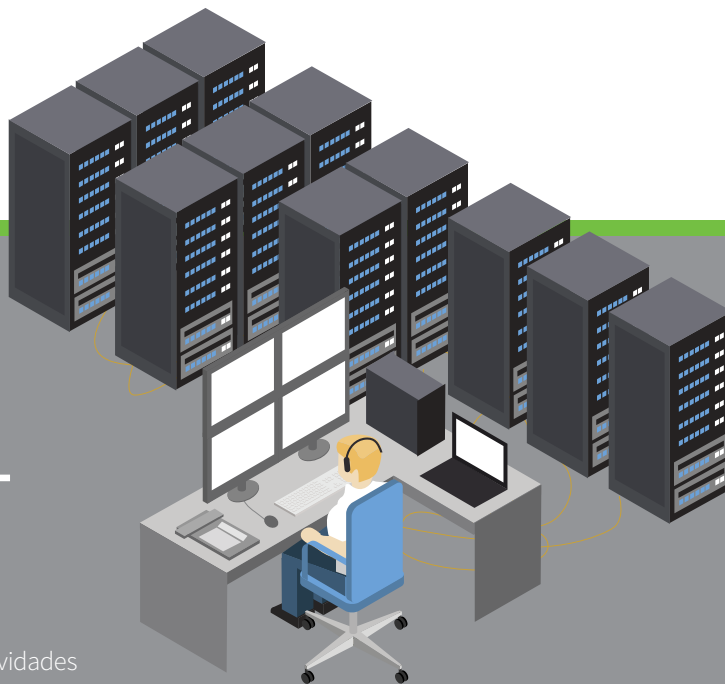
A sede administrativa da Honda South America (HSA), localizada na cidade de Sumaré (SP) foi projetada com recursos ecologicamente corretos, como luminárias com refletores de alumínio adaptados para expandir a luminosidade e ambientes com janelas amplas para aproveitar a luz solar. As janelas também servem para otimização de ventilação natural – a unidade aciona ar-condicionado nos horários de maior concentração de pessoas. Para realizar a destinação correta dos resíduos, o escritório possui lixeiras para recicláveis distribuídas por todo o prédio.

Já o prédio localizado na capital paulista, onde estão instaladas as áreas comerciais de motocicletas, produtos de força e Honda Serviços Financeiros possui, iniciativas similares. Além disso, um sistema automatizado desliga todas as luzes do edifício durante o horário de almoço e no término do expediente. O ar-condicionado também é inteligente, potencializando o funcionamento apenas quando a temperatura externa aumenta.

Green IT

Para atingir a premissa global da Honda de reduzir o impacto ambiental em todas as suas atividades de negócio, a área de Tecnologia da Informação desenvolve todos os anos projetos de melhoria para oferecer alta tecnologia aos colaboradores de modo a otimizar recursos como a energia elétrica. O projeto de outsourcing do data center na sede administrativa do Morumbi, em São Paulo (SP), foi iniciado no ano de 2014 e concluído em 2015. Nesse mesmo ano, o projeto foi estendido para o data center da fábrica de Automóveis de Sumaré (SP), aumentando de 50% para 90% o nível de virtualização de servidores. Essa ação permite que menos

espaço físico seja utilizado, já que múltiplas aplicações podem rodar no mesmo servidor. Consequentemente, gera diminuição no consumo de energia elétrica, pois há menos demanda de energia para manter o servidor ligado e refrigerar o ambiente. Além disso, ao fim da vida útil, existirão menos servidores para serem descartados, resultando na redução do depósito de material tóxico ao meio ambiente.



Emissões de GEE dos Escritórios

Emissões diretas de fontes renováveis tCO₂e



Emissões indiretas pelo uso de eletricidade tCO₂e



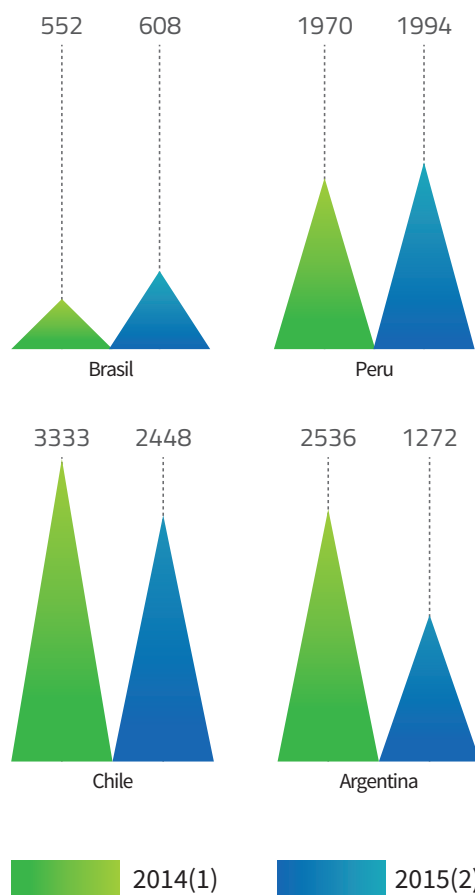
Emissões diretas de fontes não renováveis tCO₂e



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

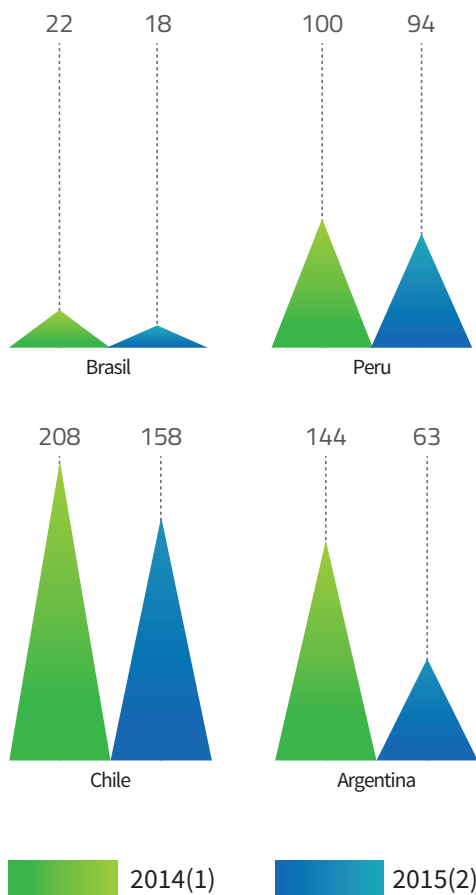
KPI Emissões

Emissões de GEE dos Escritórios
KPI 1 (Kg CO₂e/pessoa)



KPI Emissões

Emissões de GEE dos Escritórios
KPI 2 (Kg CO₂e/m²)



Consumo de energia dos Escritórios

Consumo de energia direta de fontes renováveis GJ



Consumo de energia indireta pelo uso de eletricidade GJ



Consumo de energia direta de fontes não renováveis GJ

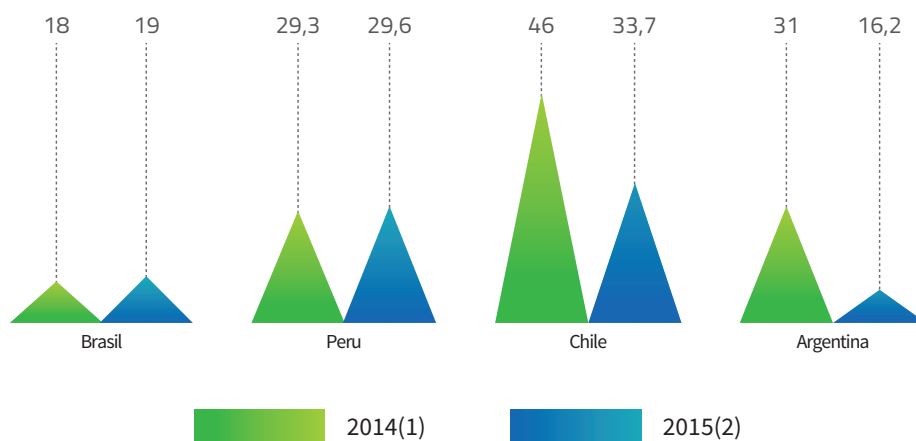


(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)

(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

KPI Consumo de Energia

Consumo de energia dos Escritórios
KPI 2 (GJ/m²)



A sede administrativa da Honda South America (HSA) identificou um desperdício de energia com a iluminação e implantou uma medida para que as luzes fossem apagadas nos

períodos ociosos, como no horário do almoço. Com isso, reduziu em **89 kWh** por pessoa o gasto de energia, além de evitar a emissão de **6,3 toneladas de CO₂** por ano.

Água Retirada por Fontes dos Escritórios

Consumo total de água dos escritórios (m³)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

A unidade administrativa de São Paulo (SP) desenvolveu um projeto que reduziu o consumo de água potável, levando em conta principalmente o problema da crise hídrica na cidade. Como o maior uso de água potável era para abastecer vasos sanitários e mictórios, foi estabelecida uma meta de reduzir em

30% o consumo. Para atingir o objetivo, a solução encontrada foi captar a água do lençol freático, tratá-la e armazená-la para abastecer os sanitários. E ainda, para garantir a qualidade da água, foi aplicado um tratamento com gás ozônio que eliminou todas as bactérias, possibilitando o reuso.

Resíduos dos Escritórios

Resíduos reciclados (ton)



(1) Ano calendário (1º de janeiro a 31 de dezembro)
(2) Ano fiscal 2015 (1º de abril de 2015 a 31 de março de 2016)

Resíduos aterrados (ton)



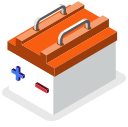
Os resíduos do refeitório da Honda South America (HSA), em Sumaré (SP), eram enviados para serem tratados externamente, gerando custos tanto para o tratamento como para o frete e emitindo CO₂ no transporte. Agora, os resíduos de alimentos são triturados na própria pia de descarte, sendo encaminhados em forma líquida para a

Estação de Tratamento de Efluente Biológica, localizada dentro da planta da Honda. Esses resíduos de comida, que são ricos em matéria orgânica, servem como alimento para os microrganismos que são responsáveis pelo tratamento do efluente. Com essa medida, foi possível reduzir em **2 toneladas** por mês o descarte externo de resíduos.

Green Dealer

Com o crescimento contínuo da rede de concessionárias e o aumento de resíduos gerados na prestação de serviços, a Honda iniciou, em 2003, o desenvolvimento de uma ação para reduzir os impactos ambientais no pós-venda. O resultado foi a criação do Programa Concessionária Ecológica (Green Dealer), uma certificação emitida pela Honda às concessionárias de motocicletas e automóveis que destinam 100% dos resíduos gerados de forma correta e eficiente.

Após a comprovação da destinação correta de todo o resíduo gerado na prestação de serviços, a concessionária recebe a certificação com validade anual e, como apoio, conta com um guia de referência quanto a instalações, procedimentos, capacitação da equipe e parcerias com fornecedores especializados em gestão de resíduos. Desde a implantação do programa, foram observadas evoluções significativas no descarte correto de resíduos.

		Pneus (kg) 	Bateria (kg) 	Resíduos sólidos (kg) 	Óleo, lubrificantes e combustíveis (l) (kg) 
AUTOMÓVEIS	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
	ACUMULADO	734.612	157.708	8.680.097	16.273.959
MOTOCICLETAS	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
	ACUMULADO	1.190.455	453.611	13.280.450	38.780.773



Green Logistics

[G4-EN30]

No transporte de peças e produtos, orientados pelo conceito de Green Logistics, a Honda promoveu reduções dos níveis de emissão de gases causadores do efeito estufa (GEEs), durante o ano fiscal de 2015, por meio de ações entre as quais se destacam:

› Prioridade pelo modal aquaviário

A Honda aproveita a estrutura dos veios de água do Brasil para ganhar eficiência no transporte de produtos pelo sistema de cabotagem. A empresa busca ampliar o modal aquaviário como forma de ganhar eficiência na logística de distribuição de produtos da fábrica de motocicletas de Manaus (AM) até os pontos de apoio de distribuição em todo o país.

Em 2015, a companhia desenvolveu um projeto de maximização do uso desse tipo de transporte, tendo como foco maior volume de distribuição de motos nos pontos de atendimento de Camaçari (BA), Fortaleza (CE), Recife (PE) e Campinas (SP). Além disso, investiu em estudos de utilização do modal que estimularam seis fornecedores da companhia a adotar o sistema de cabotagem na entrega de produtos, ampliando de dois para oito o número de parceiros.

Com o primeiro projeto, a Honda conseguiu reduzir a emissão de **61 toneladas de CO₂** por mês durante o ano fiscal de 2015. No segundo, a companhia ajudou a capturar a emissão de **113 toneladas de CO₂** por mês.

› Retorno de racks via cabotagem

Durante o ano fiscal de 2015, o departamento de Logística implantou algumas mudanças que permitiram retorno de 60% dos racks de transporte de motos dos PADs (Ponto de Apoio de Distribuição) de Fortaleza (CE), Recife (PE) e Camaçari (BA), à fábrica de Manaus (AM) via sistema de cabotagem. Antes, os equipamentos retornavam à unidade fabril via rodoviária e com essa ação foi possível evitar a emissão de **65 toneladas de CO₂eq** por mês.

› Otimização na ocupação de carretas

A readequação de práticas tornaram possível a otimização do transporte de peças feitas em modal rodoviário a partir da fábrica de Manaus (AM). As ações resultaram no aumento da ocupação de 90% do espaço útil das carretas – em vez de 75%, como era antes. Com isso, a companhia diminuiu o número de viagens de carretas necessárias para o transporte das peças, o que gerou captura de emissões da ordem de **63 toneladas de CO₂eq** por mês.

Medida similar foi aplicada na Honda del Peru. Técnicos do departamento de Peças de Reposição perceberam que os caminhões estavam sendo despachados com 80% da capacidade e conseguiram otimizar ainda mais os espaços. Com isso, a área reduziu de cinco para duas a quantidade de entregas diárias de peças de automóveis e motocicletas, saindo da fábrica para as concessionárias. O número menor de viagens gerou economia de **6.138 litros** de combustível por ano, evitando a emissão de **15,6 toneladas de CO₂ eq**.

Recycling

A Honda Automóveis do Brasil (HAB) utiliza tecido plástico reciclado de garrafas pet como insumo da produção de porta-manuais de carros vendidos aos clientes. Em balanço realizado no atual ano fiscal, junto ao fornecedor de tecido plástico reciclado, a Honda contabilizou **127.56 mil garrafas pet** recicladas entre 2011 e 2016, o correspondente a sete toneladas de material plástico. O número foi alcançado após mudanças no modelo de porta-manuais, feitas pela Honda em 2013. No modelo inicial, cada 11 garrafas pet recicladas rendiam a produção de 21 porta-manuais. Com a alteração de formato no produto, houve otimização de insumos e as mesmas 11 garrafas pet hoje garantem a produção de 41 porta-manuais.



Reciclabilidade dos produtos

A Honda, dentro de suas estratégias globais, tem procurado ampliar o nível de reciclabilidade dos seus produtos, mantendo o padrão de qualidade e segurança da marca. Como resultado dessas ações, a companhia manteve uma taxa de reciclabilidade de

novos veículos vendidos no ano fiscal de 2015 em mais de 90%, no caso de automóveis, e mais de 95% no caso de motocicletas, além de índice de reaproveitamento de componentes e materiais também maior do que 95% na linha de produtos de força.

Taxa de reciclabilidade dos principais produtos



Colaboradores

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

O equilíbrio e a perenidade dos negócios da Honda são garantidos pela política de gestão dos seus colaboradores. A companhia adota cinco princípios básicos que colocam a valorização dos sonhos individuais e a harmonia do ambiente de trabalho como elementos centrais do seu modelo de atuação. O objetivo é manter a empresa com um espírito jovem, desafiador e em constante evolução.

Cinco Tópicos da Filosofia Honda

- 1 Manter sempre o sonho e o espírito jovem.
- 2 Valorizar as teorias, as ideias e o tempo.
- 3 Amar o seu trabalho e valorizar a comunicação.
- 4 Criar, constantemente, um fluxo de trabalho harmonioso.
- 5 Ter sempre em mente os valores da pesquisa e da perseverança.

Número total de empregados por tipo de emprego e gênero

	Homens	Mulheres
Temporários	476	120
Permanentes	10.130	1.309

* Temporário: aprendiz e estagiário. Permanente: soma de Full time + Part time.
Os números reportados nesta tabela consideram as operações do Brasil, Chile e Peru.

Número total de empregados permanentes por tipo de emprego e gênero

	Homens	Mulheres
Full-time	10.086	1.248
Part-time	44	61

* Full – time: Horas de trabalho/mês > 200h. Part – Time: Horas de trabalho/mês < 200h.
Os números reportados nesta tabela consideram as operações do Brasil, Chile e Peru.

Força de trabalho total por empregados próprios e contratados e por gênero

Força de trabalho total	Homens	Mulheres
Próprios	10.606	1.429
Contratados	730	90

* Próprios = temporários + permanentes.
Os números reportados nesta tabela consideram as operações do Brasil, Chile e Peru.

Força de trabalho total por região e gênero

Região	Homens	Mulheres
Brasil (Norte)	6.461	622
Brasil (Sudeste)	3.861	758
Argentina	1.117	94
Chile	63	14
Peru	221	35

* Força de trabalho = empregados

Número total de novas contratações	Homens	Mulheres
Abaixo de 30 anos	588	61
30 a 50 anos	111	23
Acima de 50 anos	0	1

*Os valores reportados nesta tabela, consideram apenas as operações no Brasil, Chile e Peru

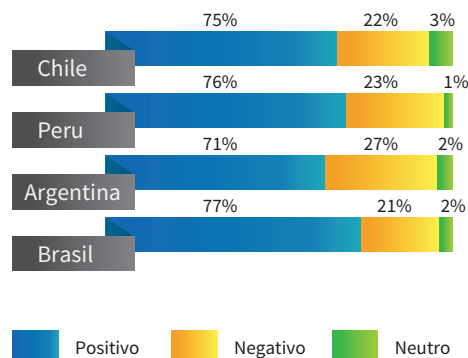
Nesse aspecto, a taxa de rotatividade da companhia também é maior entre o público de colaboradores com idade abaixo dos 30 anos. Durante o ano fiscal 2015, a rotatividade foi de 21,83% entre os homens e de 16,57% entre as mulheres, considerados apenas empregados permanentes.

Taxa de rotatividade de empregados (%)

Brasil	Homens	Mulheres
Abaixo de 30 anos	21,83%	16,57%
30 a 50 anos	5,05%	5,47%
Acima de 50 anos	8,45%	5,93%
Peru	Homens	Mulheres
Abaixo de 30 anos	22%	2%
30 a 50 anos	27%	4%
Acima de 50 anos	0	0

A gestão de recursos humanos da companhia é baseada nos resultados de pesquisa de clima realizada a cada ano nas unidades da América do Sul. Em 2015, a Honda manteve bons resultados em todos os países que formam o bloco.

PESQUISA DE CLIMA 2015



O estímulo aos sonhos e a manutenção do espírito jovem e desafiador dos seus colaboradores são concretizados por meio de uma cultura corporativa orientada para o desenvolvimento contínuo. A Honda encoraja a livre manifestação das equipes sobre suas potencialidades e interesses em adquirir novas competências.

Como parte dessa estratégia de desenvolvimento pessoal e disseminação da Filosofia Honda a todos os colaboradores e gestores, a companhia possui uma grade interna de Desenvolvimento e Treinamento que inclui capacitações técnicas, de gestão e de liderança, bem como programas para o fortalecimento da cultura organizacional.

Global Assignment Program (GAP):

programa estratégico de desenvolvimento internacional, o GAP tem como foco capacitar a próxima geração para atuar em um ambiente globalizado e liderar as estratégias e mudanças da Honda. Os objetivos de desenvolvimento estão atrelados à capacitação técnica e de gestão (liderança); aquisição de know-how; benchmarking das operações globais da Honda; experiência internacional e networking; e aprendizado de novos processos que possam ser aplicados no

Brasil. No ano fiscal de 2015, 16 colaboradores da Honda participaram do GAP em períodos de desenvolvimento que variaram de um a seis meses no Japão, nos Estados Unidos e em outros países.

Programa de Desenvolvimento de

Executivos: para fortalecer o papel da liderança local e preparar o desenvolvimento da próxima geração de líderes Honda para a América do Sul, foi criado, em 2014, o EDP (Executive Development Program). Desenvolvido em parceria com o ISE Business School, o programa oferece uma grade diversificada de atividades que garante uma formação completa aos participantes. Executivos de diferentes áreas do negócio interagem entre si sob uma perspectiva que contempla a visão do macroambiente da indústria automotiva e se aprofundam em análises financeiras da organização. A agenda está organizada em três pilares: filosofia e cultura Honda, liderança e gestão de pessoas e estratégia de negócios. Entre as ferramentas de desenvolvimento praticadas estão a avaliação 360°, assessment de personalidade (MBTI), plano de desenvolvimento individual (PDI) e coaching profissional com sessões que buscam apoiar a implantação dos PDIs.

Durante o ano fiscal de 2015, as mulheres foram o destaque nos treinamentos realizados pela companhia. Além dos treinamentos, são oferecidas oportunidades internas de atuação em outras áreas por meio do recrutamento interno e pela prática da rotação no trabalho (job rotation).

Média de horas de treinamento por empregado

[G4-LA9]

Homens Mulheres

	Homens	Mulheres
Diretores	6	0
Gerentes e gerentes gerais	32	67
Empregados – administrativo	20	18
Empregados – fábrica	4	8

*Os valores reportados nesta tabela consideram as operações do Brasil, Argentina e Chile.

NHC

Outra iniciativa importante e que contribui para o desenvolvimento dos colaboradores é o NHC (New Honda Circle). Trata-se de um programa mundial da empresa que tem o objetivo de promover a troca de experiências e contribuir com ideias para otimizar recursos e melhorar os processos internos e a qualidade do ambiente de trabalho. O NHC reúne todos os anos grupos de colaboradores

formados em todas as unidades da empresa no Brasil e no mundo. Em 2015, foram inscritos 1.784 grupos das unidades de Manaus (AM), Sumaré (SP) e São Paulo (SP), sendo que 57 ficaram entre os finalistas. Além do ganho de visibilidade e de aprendizado, os grupos vencedores ainda participam de convenções e têm a oportunidade de ver seus trabalhos serem implementados na rotina da empresa.

Incentivo aos sonhos no começo e no fim da carreira

A Honda South America (HSA) possui o Programa Novos Caminhos, que tem como objetivo preparar colaboradores que estão prestes a entrar no período de aposentadoria. A companhia auxilia esses profissionais a manterem-se saudáveis e produtivos mesmo após a aposentadoria. O programa tem duração de cinco anos e, ao longo desse período, são feitos vários treinamentos sobre finanças e carreira.

Na outra ponta, existe um trabalho para atrair jovens profissionais que estão em busca de oportunidades no mercado. Por meio do Programa

Jovens Talentos, a Honda oferece aos novos estagiários e trainees um ciclo especial de atividades e treinamentos que contribuem para o desenvolvimento profissional e construção de uma carreira sólida dentro da companhia. Participando do programa, os jovens profissionais podem compreender o funcionamento e a grandiosidade do negócio como um todo e conhecer de perto as principais atividades e estratégias da empresa, percorrendo as áreas administrativas, comerciais, customer service, pesquisa e desenvolvimento de produtos e a produção.

Política de remuneração

A política de remuneração da Honda é baseada em duas premissas: a equidade interna, garantindo que pessoas com responsabilidades semelhantes tenham remunerações equivalentes; e a competitividade externa, garantindo uma remuneração justa em relação ao mercado.

Para assegurar um programa de remuneração cada vez mais meritocrático e, principalmente, capaz de criar as bases para sustentar o crescimento contínuo dos negócios dentro de um cenário altamente competitivo, foi implantado em 2014 o projeto de Reestruturação de Cargos e Salários.

O trabalho foi realizado com o suporte de uma consultoria especializada e trouxe as práticas mais modernas na área de remuneração para a Honda South America (HSA). Para isso, foi realizada uma ampla avaliação de cargos, analisando o nível de competência técnica, o escopo de atividades, as responsabilidades e o impacto de cada uma dessas posições para a organização.

Assim, foi possível ter uma visão clara da estrutura para o desenvolvimento de estratégias específicas a cada uma das funções e condizentes às prioridades do negócio. As evoluções salariais e o pagamento de remunerações variáveis são fundamentados na performance do colaborador com base nas avaliações de metas e competência.

A empresa conta ainda com diversas formas de benefícios, incluindo participação em lucros e resultados e programas de bonificação que variam conforme os resultados do negócio e avaliação de desempenho individual.

Além disso, oferece méritos e promoções com base no desempenho. Para ser elegível ao mérito, é necessário ter um ano de casa, estar há, pelo menos, um ano sem aumento salarial, e ter boa avaliação de desempenho no último ano.

Igualdade

A Honda valoriza um ambiente de trabalho aberto, oferecendo autonomia e equidade entre todos. Por isso, nenhum colaborador, nem mesmo os diretores e membros da presidência, possuem salas separadas. Nas unidades, o refeitório e o vestiário são compartilhados por

todos, independentemente da área de atuação ou do nível hierárquico. Além de ressaltar o princípio da igualdade, essa prática visa facilitar a comunicação entre todos os níveis e a integração de áreas e colegas, fomentando o trabalho em equipe.

Para reforçar a imagem de paridade entre os colaboradores da HSA, todos aqueles baseados em plantas fabris utilizam o uniforme branco, inclusive a área administrativa e alta direção, reforçando o conceito de organização, limpeza e qualidade. Os colaboradores têm ainda a possibilidade de utilizar gratuitamente a lavanderia industrial para a lavagem dos uniformes.

Na área de Direitos Humanos, a empresa se mantém firme para que suas atividades não fomentem ou sejam coniventes com qualquer tipo de violação ou exploração.

Segurança e qualidade de vida

Outro aspecto de extrema relevância nas relações de trabalho está relacionado à saúde e segurança. Esses temas recebem atenção especial da empresa com investimentos constantes em segurança, ergonomia e saúde ocupacional, sempre seguindo leis e regulamentos do setor.

Para atender às normas regulamentadoras, são realizados todos os treinamentos de segurança exigidos por lei, como capacitação e reciclagem de brigada de emergência, segurança na operação de prensas, similares e injetoras, trabalhos em espaço confinado, trabalho em altura, operação de empilhadeiras, ponte rolante, curso de segurança em instalações e serviços com eletricidade, operação de plataformas elevatórias, entre outros.

Vale destacar que as principais doenças ocupacionais passíveis de ocorrência nas atividades da Honda são relativas à ergonomia. Por isso, além do cumprimento das normas regulatórias, a Honda reforça medidas de prevenção e tratamento nessa área. A empresa mantém uma Comissão Interna de Ergonomia, cuja equipe atua a partir da Análise Ergonômica do Trabalho (AET), utilizando ferramentas ergonômicas, padrões de alcance e força, entrevistas com colaboradores e consulta com

médico do trabalho para eliminar e reduzir os riscos existentes nos postos de trabalho. Todos os processos produtivos da empresa são mapeados para que seja possível identificar as oportunidades de melhorias. As ações são gerenciadas pela equipe de ergonomia no setor de Segurança do Trabalho, com o auxílio mútuo da Comissão Interna de Ergonomia e envolvimento direto dos representantes das áreas.

Além disso, a Honda investe em iniciativas que incluem eventos de incentivo ao esporte, serviços de saúde, treinamentos e ações de conscientização, como uma semana de palestras para reforçar, entre os colaboradores, a importância da segurança e outros temas relacionados à saúde.

É importante destacar que diversas áreas da empresa possuem representantes no Comitê de Segurança e Saúde, que centraliza dados setoriais e trata de temas relevantes para os colaboradores envolvidos nas diferentes atividades realizadas pela Honda. Os resultados são apresentados à diretoria mensalmente e as atividades possuem maior foco na área produtiva, embora existam representantes na área administrativa.

Cada representante é responsável por receber as informações do departamento de Segurança no Trabalho, disseminá-las para os times, centralizar os dados setoriais, preparar os relatórios e encaminhar novamente à área de segurança para consolidação das informações e elaboração da apresentação à diretoria.

A Honda investe em iniciativas que incluem eventos de incentivo ao esporte, serviços de saúde, treinamentos e ações de conscientização, como uma semana de palestras para reforçar, entre os colaboradores, a importância da segurança e outros temas relacionados à saúde.

Política de prevenções de acidentes de trabalho

A Honda possui sólida política de prevenção a acidentes de trabalho. A companhia faz o monitoramento constante de riscos de acidentes por meio de sistema próprio e definições de indicadores de avaliação. O sistema trata os dados e promove classificação de grau: trivial, tolerável e, no máximo, moderada. Sua aplicação visa ter o controle dos riscos nos ambientes de trabalho, eliminando-os ou mantendo-os sob constante observação.

Relações sindicais

Dentro dos princípios de respeito, ética e transparência, a Honda preza pelo atendimento às leis, regulamentações trabalhistas e convenções coletivas negociadas com os sindicatos em cada localidade em que atua. Os valores da companhia, pautados pela relação de confiança com os colaboradores, garante direito à livre associação sindical e políticas de portas abertas para promoção de diálogo constante.

Após quatro anos de retração do mercado de motocicletas no País, o que reflete as restrições ao crédito, variações cambiais, inflação, além da crise econômica e política, a Honda precisou adaptar a empresa à realidade do setor. Nesse sentido, a empresa anunciou a suspensão de uma das linhas de montagem da fábrica de Manaus (AM) e um programa de demissão voluntária (PDV) para os funcionários. Aproximadamente 500 pessoas aderiram ao programa, que contemplou também colaboradores das unidades de São Paulo e Indaiatuba (SP). No momento, a fabricante está acompanhando a evolução do mercado, confiante em uma retomada no médio prazo para que possa retomar seus patamares de produção. Para a Honda, os ajustes em quadro de pessoal são sempre a última alternativa, após esgotadas todas as demais possibilidades.

100%
A totalidade (100%) dos colaboradores da Honda South America é coberta por acordos de negociação sindical.



Together for Tomorrow

Juntos pelo Amanhã

Seguindo princípios mundiais, sob o lema Together for Tomorrow (Juntos pelo Amanhã), a Honda demonstra a importância das relações que mantém com toda a sociedade. Baseada em quatro pilares (Meio Ambiente, Educação, Comunidade e Segurança no Trânsito), a companhia acredita que a união com a sociedade do entorno de suas operações, além de proporcionar desenvolvimento social, econômico e ambiental, é o caminho certo para ajudar na construção de um mundo melhor e mais justo para as gerações futuras.

Visão

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

Princípios básicos

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

Orientações globais

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

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

Acreditando nas relações de confiança como parte fundamental para a perenidade dos negócios, a Honda contribui para o desenvolvimento socioeconômico das comunidades próximas às suas operações industriais por meio de diversos projetos sociais.

Educação



Formandos da turma 2015 do Curso de Formação de Profissionais da Honda

Pioneiros em movimento

Pelo terceiro ano consecutivo, a Honda Motor de Argentina promoveu workshops em escolas primárias nas cidades onde está instalada, estimulando as crianças a desenvolverem um espírito crítico para a construção de um futuro melhor. Estudantes da 1ª a 6ª série de dez escolas de Campana, Florencio Varela, Pacheco e Vicente Lopez participaram de atividades com base nos quatro princípios da contribuição social da Honda (meio ambiente, educação, comunidade e segurança no trânsito). O evento contou com a participação de 41 colaboradores voluntários da Honda.

Curso de Formação de Profissionais

Em 2015, 16 alunos se formaram na 9ª turma do Curso de Formação de Profissionais, projeto educacional mantido pelo Centro de Treinamento de Pós-venda da Honda em Recife (PE), em parceria com a Honda Serviços Financeiros, e foram direcionados ao primeiro emprego em uma das concessionárias da região, onde terão a oportunidade de se desenvolver profissionalmente.

Com esse projeto iniciado em 2007, a Honda já beneficiou 165 jovens em situação de vulnerabilidade social da capital pernambucana. Mais de 85% deles continuam ativos no mercado de trabalho. A iniciativa, tem como público-alvo moradores da região com idade entre 18 e 20 anos e que estejam cursando ou tenham concluído o ensino médio.

Com mais de 800 horas de treinamento, além de formação técnica nos segmentos de automóveis e motocicletas, o curso oferece aos jovens estudantes orientação pessoal em módulos sobre saúde, relações familiares, informática, meio ambiente e comportamento no trabalho, incluindo atividades que ensinam a importância do trabalho voluntário.

Visita à fábrica

Em 2015, a fábrica da Honda de Iquitos, no Peru, abriu suas portas para estudantes das escolas e universidades locais conhecerem como é produzido o principal meio de transporte da região: a motocicleta. Os 126 visitantes em 2016 aprenderam sobre os processos de produção e o rigoroso padrão de qualidade internacional que a Honda segue.

Comunidades



Projeto de Musicalização e Formação de Instrumentistas em Paraisópolis, zona sul de São Paulo (SP)

Prato Fácil e Prato Cidadão

Por apenas R\$ 1, a população de baixa renda de Manaus (AM) conta com refeições nutritivas e balanceadas nos restaurantes dos projetos Prato Cidadão – uma parceria da Honda com o Governo do Estado do Amazonas – e Prato Fácil – coordenado pela Prefeitura Municipal de Manaus em parceria com a fabricante.

Reciclando Sorrisos

O Hospital Infantil Garrahan é apoiado por todas as unidades da Honda Motor de Argentina. A principal atividade da parceria são as campanhas de arrecadação de materiais reciclados que são vendidos para auxiliar no tratamento das crianças atendidas pelo hospital. Em 2015, 7.157 kg de papel foram reciclados (o equivalente a 121 árvores) e 373 kg de tampinhas de garrafas plásticas foram recolhidos, evitando que 673 kg de CO₂ fossem emitidos na atmosfera.

Projeto de musicalização e formação de instrumentistas

A parceria da Honda com a Orquestra Bachiana Filarmônica, do maestro João Carlos Martins, já dura mais de cinco anos. A empresa é apoiadora do Projeto de Musicalização e Formação de Instrumentistas em comunidades carentes, iniciativa que atende a comunidade de Paraisópolis, zona sul de São Paulo (SP), sob a liderança do maestro e sua orquestra. Todos os anos, a iniciativa atende cerca de 90 jovens em situação de vulnerabilidade social com aulas de música clássica. Os participantes

têm a oportunidade de aprender a tocar instrumentos e de se desenvolver como profissionais da arte, se assim desejarem.

Mobilização comunitária

Acreditar no poder dos sonhos e transformá-los em realidade. Esse foi o objetivo do projeto de mobilização comunitária, promovido pela Honda Energy do Brasil em parceria com a prefeitura de Xangri-Lá (RS), sob a orientação metodológica do Instituto Elos. A iniciativa sugeriu que membros da comunidade do bairro Figueirinha se tornassem agentes transformadores da realidade local por meio da realização de um sonho coletivo em apenas dois dias. A partir da escolha da praça como o desejo, cerca de 250 moradores e voluntários da região participaram da construção do sonho.

Incentivo à cultura

No último ano fiscal, a Honda Automóveis, apoiou uma série de atividades sociais e culturais para a comunidade local. Oficinas de fotografia, festival de cinema e apresentações de peças de teatro gratuitas preencheram a programação dos moradores da cidade. Além de atividades culturais, a empresa também estimula a prática de esportes. A fabricante de automóveis patrocinou a corrida de rua de Sumaré e, para o próximo ano fiscal, está previsto o apoio a um projeto, que oferecerá aulas de judô gratuitas para 60 crianças e adolescentes de um bairro carente da cidade. Ao todo, cerca de 37 mil pessoas da comunidade local foram beneficiadas.

Meio Ambiente



16ª Gincana Ambiental em Manacapuru (AM), patrocinada pela Honda

Circuito da Ciência

Realizado pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa), com o patrocínio da Moto Honda e apoio do Governo do Estado do Amazonas, o Circuito da Ciência é o maior projeto de socialização ambiental entre um instituto e as escolas públicas de Manaus. O objetivo da iniciativa é fazer com que os estudantes aprendam brincando, a importância do respeito ao meio ambiente. Oficinas educativas, jogos e exposições sobre malária e dengue, leishmaniose, insetos aquáticos, projeto Ecoethos da Amazônia, foram algumas das atividades oferecidas aos estudantes da rede pública de ensino em 2015. Em 16 anos de existência, o circuito recebeu cerca de 60 mil estudantes de escolas municipais e estaduais. Por ano, são cerca de 2,8 mil alunos de 40 escolas públicas.

Projeto agrícola

Ocupando um terreno de mil hectares, dos quais 580 são de reserva florestal nativa mantida pela Moto Honda em Manaus (AM), o projeto visa o plantio de mais de 26 mil

árvores de espécies ameaçadas de extinção (mogno, pau-rosa, copaíba e andiroba), além de frutíferas (coco, pupunha, acerola, limão, mamão e banana). Como resultado, quase uma tonelada de alimentos é produzida mensalmente, sendo que parte da colheita é consumida pelos funcionários na fábrica de Manaus e a outra parte é doada a instituições de assistência a crianças e idosos na região. Em 2015, devido ao forte verão, o plantio de frutas foi prejudicado, afetando as doações. Com a normalização das temperaturas, o atendimento às entidades será retomado.

Gincana Ambiental

Em 2015, a Honda Apoiou a 16ª Gincana Ambiental, evento realizado em Manacapuru (AM) com o objetivo de conscientizar a comunidade ribeirinha local sobre a importância da preservação dos lagos Parú e Calado, que estavam sendo poluídos pelo descarte inadequado de lixo. Cerca de 1200 pessoas participaram da edição deste ano e aprenderam a cuidar do recurso para a principal atividade da região: a pesca.

Segurança no trânsito

[G4-S01]



Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH)

A Honda acredita que não basta oferecer produtos de qualidade e alta tecnologia. Para oferecer uma experiência satisfatória ao consumidor, é preciso garantir as condições para que os veículos sejam utilizados com segurança.

Referência nacional na formação de motociclistas conscientes com a segurança no trânsito, a Moto Honda investe em programas educativos e atividades itinerantes desde a década de 70, quando iniciou suas atividades no Brasil.

No país, a empresa conta com três unidades do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH) em Indaiatuba (SP), Recife (PE) e Manaus (AM). Todos possuem estrutura e equipe altamente capacitada para oferecer treinamentos de pilotagem gratuitos a clientes, empresas frotistas e órgãos públicos, como policiais e bombeiros, responsáveis pelo atendimento ágil à população.

Os treinamentos dos CETHs são divididos em aulas teóricas e práticas que possibilitam vivenciar diferentes situações do trânsito e se condicionar a reagir de forma segura. Os temas apresentados vão desde os comandos da motocicleta, inspeção preventiva, equipamentos de proteção, técnicas e estratégias de pilotagem até condução segura na chuva e à noite.

As equipes das três unidades realizam palestras educativas, test rides e atividades educativas itinerantes por todo o Brasil. Além disso, para levar os conceitos e as técnicas de pilotagem segura para os clientes finais de todo o país, a Honda conta com o apoio de 42 Centros Educacionais de Trânsito das Concessionárias (CETCs), cujos instrutores são certificados pelos CETHs. No último ano fiscal, mais de 49 mil pessoas participaram das ações em prol de um trânsito mais seguro promovidas pela Honda.

Harmonia no trânsito

Para ampliar ainda mais a disseminação dos conceitos de pilotagem segura, a empresa disponibiliza o portal Harmonia no Trânsito (honda.com.br/harmonianotransito). Nele, os usuários têm acesso a conteúdos gratuitos de pilotagem de motocicletas, além de vídeos, exercícios e animações 3D com dicas de trânsito para motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres. É possível ainda realizar o download de apostilas sobre técnicas fundamentais e avançadas de pilotagem com segurança on e off-road e de quadriciclos.



Curso avançado de pilotagem para agentes públicos do Equador e da Colômbia

Em 2015, os agentes públicos do Equador e da Colômbia receberam o curso avançado de pilotagem da Honda, destinado a profissionais que utilizam a motocicleta em situações extremas. Foram formados 681 pilotos em 22 cursos ministrados, entre agentes de segurança (polícia civil e militar) e de outros órgãos públicos.

Curso de desenvolvimento de instrutores de Centros de Formação de Condutores (CFC)

O Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH), o Detran-SP e o Sindicato das Auto Moto Escolas de São Paulo (Sindautescola) firmaram uma parceria, em 2014, para capacitar os milhares de instrutores de autoescolas de todo o Estado que atuam na formação de motociclistas. O objetivo do projeto é aprimorar as técnicas de pilotagem dos novos habilitados

Na América do Sul, a Honda conta com cinco unidades do CETH, sendo três no Brasil, uma na Argentina e outra no Peru.

por meio dos profissionais responsáveis pelo primeiro contato dos futuros motociclistas com o veículo.

Entre os temas que são abordados no curso estão: postura e equipamentos de proteção, condução em vias expressas e rodovias, estratégias de segurança, frenagem e mudança de direção, conduta em curvas, pilotagem na chuva e à noite, deslocamento em grupo, adversidades, cuidados na condução de passageiros e direção defensiva. Em 2015, a equipe do CETH realizou 59 cursos. Ao todo, mais de 1.100 instrutores de 238 cidades paulistas foram treinados.

Unidade Móvel de Pilotagem

Em 2015, os CETHs de Indaiatuba (SP), Manaus (AM) e Recife (PE), em parceria com o departamento de Operações de Campo da Honda, levaram a unidade móvel de pilotagem da marca para nove estados do Brasil.

Por meio dela são realizados cursos, palestras, blitz educativa e test rides para motociclistas que moram em municípios mais afastados das unidades do CETH. Em 2015, 10.344 pessoas participaram das atividades itinerantes em 14 estados brasileiros. Desde 2013, são mais de 20 mil pessoas beneficiadas pela ação.



Unidade Móvel de Pilotagem



Cidade Mirim do Clubinho Honda do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH) de Manaus (AM)

Educação no trânsito desde os primeiros anos de vida

Ciente da importância da educação para a construção de um mundo melhor, a Honda criou, em 1992, o projeto Clubinho Honda – Trânsito Amigo. A iniciativa tem o objetivo de ensinar a importância da boa convivência no trânsito, entre pedestres, ciclistas, motoristas e motociclistas, de forma leve e divertida.

Em 2009, foi a vez da versão digital do projeto ser apresentada ao público infantil. No endereço honda.com.br/clubinhohonda, pais, professores e crianças têm à disposição manuais, histórias em quadrinhos, filmes e games. Em todos os materiais, um super-herói e sua turma simulam situações reais do trânsito ensinando lições importantes sobre segurança.

Em 2012, o Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH) de Indaiatuba (SP) inaugurou a cidade mirim do Clubinho Honda em suas dependências. O espaço, aberto a crianças de escolas públicas e privadas do município,



reproduz uma cidade com a intenção de transmitir conceitos de educação no trânsito. No local, os pequenos estudantes têm aulas práticas usando motos elétricas de brinquedo. Durante o período coberto por este relatório, os CETHs de Recife (PE) e Manaus (AM) estavam concluindo a preparação de suas cidades mirins para estreá-las no primeiro semestre de 2016.

O projeto também é compartilhado com as comunidades de outras regiões do Brasil e conta com o apoio da rede de concessionárias Honda que promove, periodicamente, atividades educativas, distribuindo gibis e livrinhos de brincadeiras para as crianças de todo o país.

» SUMÁRIO DE
CONTEÚDO DA GRI

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI



[G4-32]

INDICADOR	Página	Capítulo	Omissão/Observação
Estratégia a análise			
G4-1	5	Mensagem da Administração	
G4-2	5	Mensagem da Administração	
Perfil organizacional			
G4-3	21	Sobre a Honda	
G4-4	13, 21	Sobre a Honda	
G4-5	13, 21	Sobre a Honda	
G4-6	13, 21	Sobre a Honda	
G4-7	13, 21	Sobre a Honda	
G4-8	13, 21	Sobre a Honda	
G4-9	13, 21	Sobre a Honda	Os dados relativos ao perfil de colaboradores são atualmente controlados pela HSA de acordo com o período de apuração do ano fiscal japonês (01/04/14 a 31/03/15).
G4-10	13, 72	Sobre a Honda Performance Socioambiental	Performance Socioambiental
G4-11	72	Performance Socioambiental	No Brasil, todos os colaboradores lotados em Sumaré fazem parte do sindicato dos metalúrgicos de Campinas. Na Argentina, os colaboradores fazem parte do SMATA (Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor) e no Chile não há filiados a sindicatos e todas as regras impostas pelo órgão governamental (Dirección del Trabajo) são cumpridas.

INDICADOR	Página	Capítulo	Omissão/Observação
Perfil organizacional			
G4-12	37	Produtos Honda	
G4-13	13	Sobre a Honda	
G4-14	22	Sobre a Honda	
G4-15	13, 25	Sobre a Honda	
G4-16	13, 25, 52	Sobre a Honda Governança	
Aspectos materiais identificados e limites			
G4-17	9, 21	Sobre o Relatório	
G4-18	9	Sobre o Relatório	
G4-19	9	Sobre o Relatório	
G4-20	9	Sobre o Relatório	
G4-21	9	Sobre o Relatório	
G4-22	9	Sobre o Relatório	
G4-23	9	Sobre o Relatório	
Engajamento de stakeholders			
G4-24	9	Sobre o Relatório	
G4-25	9	Sobre o Relatório	
G4-26	9	Sobre o Relatório	
G4-27	9	Sobre o Relatório	
Perfil do relatório			
G4-28	9	Sobre o Relatório	
G4-29	9	Sobre o Relatório	
G4-30	9	Sobre o Relatório	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omissão/Observação
Perfil do relatório			
G4-31	9	Sobre o Relatório	
G4-32	86	Índice Remissivo	Opção Essencial
G4-33	9	Sobre o Relatório	Não houve verificação externa
Governança			
G4-34	48	Governança	
G4-38	48	Governança	
G4-39	48	Governança	O presidente do Conselho de Administração não ocupa cargo de diretor executivo
Ética e integridade			
G4-56	48	Governança	
Aspecto econômico			
Desempenho econômico			
G4-EC2	57	Performance Socioambiental	
Impactos econômicos indiretos			
G4-EC7	17	A Honda	
G4- EC8	17	A Honda	
Aspecto ambiental			
Energia			
G4-EN1	37	Produtos Honda	
G4-EN2	37	Produtos Honda	
G4-EN3	57	Performance Socioambiental	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omissão/Observação
Energia			
G4-EN4	57	Performance Socioambiental	
G4-EN5	57	Performance Socioambiental	
G4-EN6	57	Performance Socioambiental	
G4-EN7	57	Performance Socioambiental	
Água			
G4-EN8	57	Performance Socioambiental	
G4-EN9	57	Performance Socioambiental	
G4-EN10	57	Performance Socioambiental	
Biodiversidade			
G4-EN11	57	Performance Socioambiental	
G4-EN13	57	Performance Socioambiental	
Emissões			
G4-EN15	57	Performance Socioambiental	
G4-EN16	57	Performance Socioambiental	
G4-EN17	57	Performance Socioambiental	
G4-EN18	57	Performance Socioambiental	
G4-EN19	57	Performance Socioambiental	
G4-EN20	57	Performance Socioambiental	
G4-EN21	57	Performance Socioambiental	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omissão/Observação
Efluentes e resíduos			
G4-EN22	57	Performance Socioambiental	
G4-EN23	37	Produtos Honda	
G4-EN25	37	Produtos Honda	
G4-EN28	37	Produtos Honda	
Conformidade			
G4-EN29			Durante o período do relato não houve multas significativas ou sanções não monetárias
G4-EN30	34, 69	Performance Socioambiental	
G4-EN31	57	Performance Socioambiental	
Avaliação ambiental de fornecedores			
G4-EN32			
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais			
G4-EN34			Durante o período do relato não houve multas significativas ou sanções não monetárias
Aspecto social			
Saúde e segurança no trabalho			
G4-LA1	72	Performance Socioambiental	
G4-LA8	72	Performance Socioambiental	

INDICADOR	Página	Capítulo	Omissão/Observação
Treinamento e educação			
G4-LA9	72, 75	Performance Socioambiental	Os dados relativos a horas de treinamento são atualmente controlados pela HSA de acordo com o período de apuração do ano fiscal japonês (01/04/14 a 31/03/15).
G4-LA10	72	Performance Socioambiental	
G4-LA11	72	Performance Socioambiental	
Comunidades locais			
G4-SO1	82	Performance Socioambiental	
Responsabilidade pelo produto			
Segurança do Produto			
G4-PR2	34	Produtos Honda	
Rotulação			
G4-PR3	34	Produtos Honda	
Rotulagem de produtos e serviços			
G4-PR5	41	Produtos Honda	
Privacidade			
G4-PR8	41	Produtos Honda	



➤ **CRÉDITOS**

Crédito e Informações Corporativas

Honda South America Ltda.

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

Direção geral do desenvolvimento do Relatório de Sustentabilidade

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

Coordenação editorial

Evelyn Lima e Maria Fernanda Cunha

Coordenação de coleta de indicadores GRI e textos

Keyassociados

Projeto gráfico, diagramação e infográficos

Kite Estratégias Online

Consultas, comentários ou sugestões:

comunicacao@honda.com.br

HONDA
The Power of Dreams