

**HONDA**

**RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
2025**

Os sonhos de cada um de nós, trabalhando juntos, sempre foram a força motriz da Honda.

Temos diferentes tipos de sonhos, mas, aplicando nossas tecnologias originais, ideias e design, assumimos desafios continuamente para concretizar a mobilidade que permite aos nossos clientes aproveitar a vida com mais liberdade, conveniência e diversão.

A mobilidade futura com a qual a Honda sonha vai criar uma alegria e liberdade de mobilidade que permitirá às pessoas transcender as restrições de tempo e lugar, e ampliar todas as suas possibilidades.

Essa mobilidade se tornará o “poder” para as pessoas que estão tentando avançar em direção a seus próprios sonhos. Sonhos que moverão ainda mais pessoas, até que haja uma extensão infinita de novos sonhos.

Por meio da criação da mobilidade com a qual sonhamos, a Honda se tornará “o poder dos sonhos” (The Power of Dreams) de um número cada vez maior de pessoas.

**É assim que vamos levar as  
pessoas e a sociedade adiante.**

**HONDA**  
The Power of Dreams

**How we move you.**  
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT



Por trás da marca Honda, existe a história extraordinária de um homem e seu sonho. Filho de um ferreiro e de uma tecelã, Soichiro Honda nasceu em 1906, na aldeia Komyo, cidade de Hamamatsu, no Japão. **Quando criança, passava longas horas ajudando o pai na oficina onde reparava bicicletas, meio de transporte que se tornava cada vez mais popular no país naquele início de século XX.**

Soichiro ficou fascinado quando viu um carro motorizado pela primeira vez e, a partir de então, começou a sonhar com a ideia de construir seu próprio automóvel. **Aos 15 anos, ele se mudou para Tóquio e começou a trabalhar em uma oficina mecânica.** Foi lá que, combinando técnicas industriais e artesanais, teve a oportunidade de auxiliar na construção de um carro.

Assim nasceu o modelo “Curtiss”, veículo testado e aprovado para corridas que, em 1924, ganhou o Japan Motor Car Championship. Nessa época, Soichiro Honda tinha apenas 18 anos de idade.

Ele voltou para sua cidade natal e passou a trabalhar em uma oficina mecânica até ter capital suficiente para abrir sua própria fábrica de peças de automóveis, onde passou a produzir anéis de pistão.

Soichiro Honda testemunhou duas grandes guerras e também um conflito entre a China e o Japão. Após a Segunda Guerra Mundial, o país estava completamente devastado e ele perdeu tudo o que tinha construído devido aos bombardeios e também a um terremoto que abalou ainda mais o país.

Um dos piores problemas naquele tempo era o transporte. **Com o racionamento de combustível e trens lotados, Soichiro Honda comprou um lote de motores usados para geradores e os adaptou em bicicletas.** Foi assim que começou a vender os primeiros ciclomotores. A produção de motocicletas foi sendo aprimorada e aumentando, os carros passaram a fazer parte da linha de produção e, pouco a pouco, fábricas foram sendo instaladas em todo o Japão e em seguida em outros países e continentes.

A reputação da empresa cresceu e hoje a Honda Motor Company é um dos maiores nomes da indústria automobilística, conhecida e respeitada no mundo inteiro. Soichiro Honda faleceu em 1991, mas seu sonho continua vivo até hoje.

**Inspirada pelo poder dos sonhos, a empresa procura, por meio de seus produtos e serviços, proporcionar experiências diferenciadas às pessoas. O compromisso da marca é proporcionar alegria e melhorar a vida das pessoas por meio da mobilidade. Graças à crença e perseverança de seu fundador, a Honda é uma empresa global, que completará 78 anos de história em 2026.**

**Na América do Sul, onde produz, importa e comercializa motocicletas, automóveis, quadriciclos, produtos náuticos e motores e máquinas, a empresa está presente há mais de 50 anos. Em 2015, o sonho de Soichiro criou asas e a companhia passou também a comercializar o jato executivo HondaJet.**

**Com unidades produtivas no Brasil, Argentina e Peru, além de uma unidade importadora no Chile e dezenas de distribuidores, a marca conta com mais de dois mil pontos de venda, o que garante a presença nas principais cidades da América do Sul.**

**Este relato contém informações e dados sobre as operações na América do Sul em 2025. Com ele, a Honda mantém a relação de transparência que estabelece com seus públicos, bem como presta conta das ações, projetos e resultados alcançados por suas subsidiárias na região. Trata-se de um material importante a respeito da materialização do sonho de Soichiro Honda e do comprometimento global da companhia em expandir a alegria da mobilidade e o potencial de vida das pessoas por meio de seus produtos e serviços.**



## Um sonho nunca é grande demais

Soichiro Honda

# 02

# Mensagem da Administração

Desde 1º de abril de 2026, tenho o privilégio de iniciar uma nova jornada na Honda, assumindo a posição de Operating Executive Head para a América do Sul.

Ao longo da minha trajetória, vivi experiências em diferentes partes do mundo que ampliaram minha visão sobre culturas, mercados e formas de inovar. Trago essa bagagem para uma região com alto potencial, marcada pela forte conexão entre a Honda e seus clientes.

A América do Sul representa um mercado com muitas oportunidades, com pessoas que buscam, cada vez mais, soluções de mobilidade mais eficientes e seguras e que valorizam uma trajetória construída com

confiança, qualidade e propósito. É nesse contexto que apresentamos este relatório, reafirmando nosso compromisso com a construção de um futuro mais sustentável para todos.

Queremos criar novas formas de levar alegria às pessoas por meio da mobilidade. É por isso que trabalhamos para oferecer soluções alinhadas às necessidades de cada mercado, buscando não apenas atender às expectativas dos clientes, mas também ser uma empresa admirada e desejada pela sociedade, sempre guiada por sólidos princípios de responsabilidade socioambiental e governança corporativa.

Com quase 80 anos de atuação global, seguimos comprometidos em gerar valor de forma sustentável para todos os públicos com os quais nos relacionamos: colaboradores, clientes, parceiros e a sociedade. Acreditamos que crescimento econômico e desenvolvimento sustentável caminham juntos, e é dessa forma que conduzimos nossas operações, com transparência e integridade.

Na América do Sul, alcançamos resultados positivos e seguimos avançando com confiança. Em 2025, nosso desempenho foi impulsionado por importantes lançamentos e pela dedicação de cada um de nossos colaboradores.

No segmento de motocicletas, seguimos contribuindo diretamente para a mobilidade de milhões de pessoas, atingindo mais de 30 milhões de motocicletas produzidas na região ao longo dos anos e um forte investimento para os próximos anos.

Em automóveis, reforçamos nosso compromisso com inovação, segurança e conectividade, proporcionando experiências cada vez mais completas e lançamento de importantes produtos que chegam ao mercado trazendo o que a marca Honda oferece: durabilidade, qualidade e confiabilidade.

Já em Produtos de Força, continuamos presentes no dia a dia das pessoas, oferecendo soluções confiáveis que facilitam a vida, seja para o lazer ou para o uso profissional.

**Olhando para o futuro, buscamos alcançar a neutralidade de carbono em todos os nossos produtos e operações até 2050 e contribuir para uma sociedade com zero fatalidades no trânsito. Para isso, investimos na evolução tecnológica e na segurança dos nossos produtos, aliando esses avanços a ações práticas de conscientização junto aos públicos com os quais nos relacionamos. Este é o nosso compromisso com as próximas gerações.**

Também acreditamos que a transformação acontece de forma coletiva. Por isso, ao compartilhar nossos avanços nos temas ambientais, de segurança no trânsito, ética, governança, inovação e gestão de pessoas, buscamos inspirar outras organizações a avançarem conosco nessa jornada.

Nada disso seria possível sem as pessoas que fazem parte da Honda. Nossos colaboradores, fornecedores, distribuidores e concessionários são o coração da nossa empresa. É a paixão, o talento e o compromisso de cada um que nos permitem transformar sonhos em realidade, para nossos clientes e para a sociedade.

Seguiremos avançando com coragem, responsabilidade e o desejo genuíno de contribuir para um mundo melhor, onde a mobilidade continue sendo fonte de alegria e progresso.

**Obrigado por fazer parte desta jornada conosco. Boa leitura.**

**Keisuke Tsuruzono**  
*Presidente da Honda South America*



03

# Filosofia Honda

Para a Honda, uma das tarefas mais inspiradoras é poder multiplicar e perpetuar uma filosofia que traz como premissas “O Respeito ao Indivíduo” e o compartilhamento das “Três Alegrias”. Vivenciada entre os colaboradores e propagada por todos que fazem parte de sua cadeia de valor, essa filosofia torna a Honda uma empresa única, inovadora e desejada pela sociedade. Objetivos comuns, valores e princípios que norteiam a atuação de todos os envolvidos no negócio. Essa é a Filosofia Honda, que se apresenta em três eixos.



Soichiro Honda

Takeo Fujisawa

## Respeito pelo indivíduo

**Princípio que estimula e promove** o compartilhamento de alegrias por meio do respeito às características individuais, da relação de igualdade e confiança e da aplicação máxima da iniciativa de cada pessoa.

### As Três Alegrias

O desejo da Honda é construir relações de confiança e compartilhar a alegria com todas as pessoas com quem tem contato por meio de suas atividades e produtos.



#### ALEGRIA DE CRIAR

Experimentada pelos colaboradores e fornecedores que dedicam seus talentos, habilidades e conhecimento para criar produtos e serviços que proporcionem alegria aos clientes.



#### ALEGRIA DE VENDER

Sentida por colaboradores, concessionários e distribuidores Honda ao obter a confiança dos clientes e oferecer produtos e serviços de qualidade superior, que excedam suas expectativas.



#### ALEGRIA DE COMPRAR

Vivenciada pelos clientes ao adquirirem algum produto ou serviço da marca. A alegria do cliente é o que atribui valor às atividades da Honda e é por meio dela que as demais alegrias podem ser vivenciadas.

## Política de Gestão da Honda

**Contempla cinco tópicos** principais para guiar os colaboradores Honda em suas responsabilidades diárias:



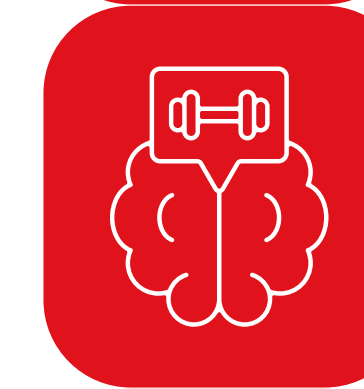
### MANTENHA

sempre o sonho e o espírito jovem



### VALORIZE

as teorias, as ideias e o tempo



### TENHA

sempre em mente os valores da pesquisa e da perseverança



### AME

o seu trabalho e valorize a comunicação



### CRIE

constantemente um fluxo de trabalho harmonioso

# Direcionamento de Negócio e Visão 2030

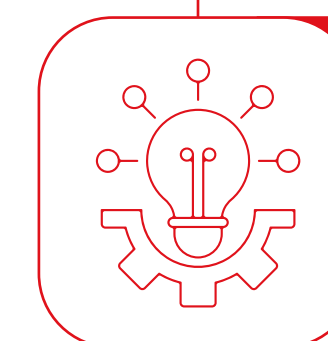
Ir além das expectativas é uma constante na forma da Honda conduzir seus negócios. A evolução da empresa, ano após ano, na América do Sul e no mundo, comprova a necessidade e a oportunidade de atuar com foco no desenvolvimento sustentável das regiões onde está instalada e, dessa forma, tornar-se uma empresa desejada pela sociedade. Só assim, os clientes poderão vivenciar alegria e experiências únicas por meio das soluções proporcionadas pela empresa.

Para dar sustentação a esse direcionamento de negócio, a Honda traçou a Visão 2030, que materializa uma imagem idealizada de como a empresa pretende estar no ano de 2030, a fim de continuar a ser uma empresa desejada pela sociedade em 2050, quando estará completando mais de 100 anos desde a sua fundação.

**DIRECIONAMENTO:**  
**Servir as pessoas**  
**em todo o mundo**  
**com a alegria**  
**de expandir o**  
**potencial de**  
**suas vidas**

**OBJETIVO: Liderar o avanço**  
**da mobilidade e melhorar a vida**  
**das pessoas em todo o mundo**

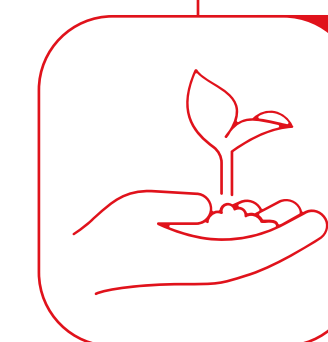
## Direção das iniciativas para a concretização da Visão 2030



**Criando valor para “mobilidade” e “vida cotidiana”**  
Vamos nos concentrar em três áreas: mobilidade, robótica – com foco em IA – e soluções de energia para fornecer às pessoas a alegria e liberdade da mobilidade e a alegria de tornar suas vidas melhores.



**Adaptar as diferentes características das pessoas e da sociedade**  
Nós nos esforçaremos para expandir ainda mais a alegria das pessoas, oferecendo produtos e serviços otimizados com base no desejo da Honda de “utilizar a tecnologia para ajudar as pessoas, ao mesmo tempo em que colocamos as pessoas no centro”.

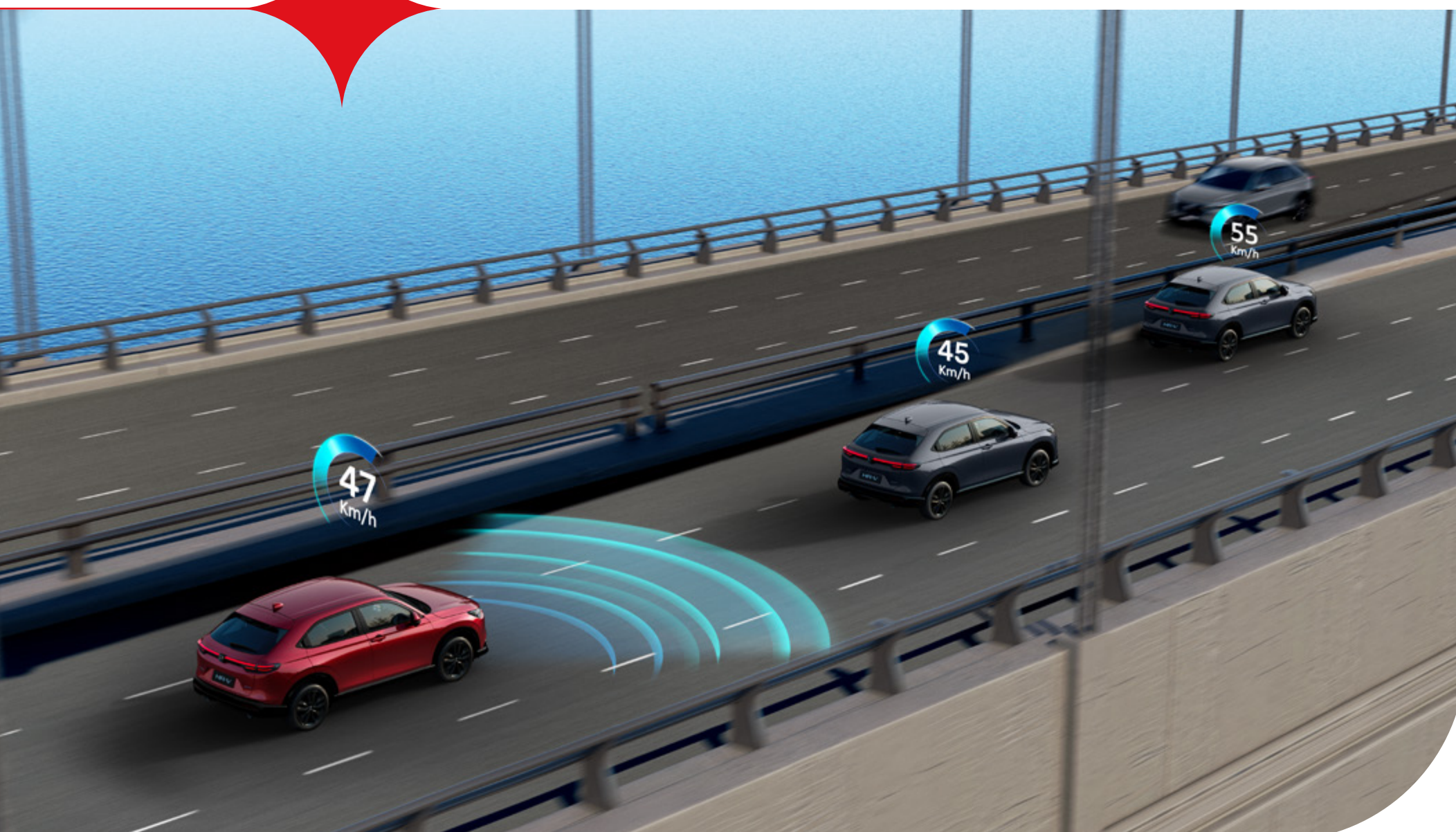


**Em direção a uma sociedade limpa e segura**  
Para nos tornarmos o número 1 nas áreas de meio ambiente e segurança, investiremos mais recursos nessas temáticas. Nos empenharemos também para ser uma empresa que lidera os esforços para concretização de uma sociedade livre de carbono e de colisões.

## Diretrizes globais

Globalmente, a Honda definiu diretrizes que permeiam as subsidiárias da empresa ao redor do mundo, visando seus objetivos de maneira integrada.

Entre os compromissos globais da empresa, há dois amplamente difundidos, nas áreas de Meio Ambiente e Segurança: atingir a neutralidade de carbono em todos os produtos e operações corporativas até 2050, assim como zerar os acidentes de trânsito com vítimas fatais envolvendo veículos Honda até o mesmo ano.



No pilar ambiental, a empresa mantém seu compromisso com a evolução da mobilidade sustentável, atuando em diversas frentes, incluindo motores híbridos ou elétricos, e veículos movidos a célula de combustível de hidrogênio, e estuda continuamente a melhor abordagem para cada mercado em que atua.

A Honda também está investindo em tecnologias de energia renovável, como o Honda Mobile Power Pack, e operações de energia inteligente vinculadas à infraestrutura de rede, além do parque eólico brasileiro da Honda Energy.

No campo da Segurança, a Honda tem desenvolvido medidas contra acidentes que devem combinar três elementos: Habilidade Humana (atividades de conscientização), Performance de Mobilidade (desenvolvimento tecnológico dos produtos) e Ecossistema de Trânsito (colaboração com terceiros e desenvolvimento de sistemas/serviços).

## Meio Ambiente e Segurança são os compromissos prioritários da Honda



Estratégia de Sustentabilidade

A Honda tem como propósito melhorar a vida das pessoas por meio de soluções de mobilidade. Acima de tudo, fazê-lo de forma a criar valores diferenciados para os diversos públicos de interesse, que sejam sustentáveis ao longo do tempo, garantindo assim a existência da empresa a longo prazo.

Dessa forma, a Honda fundamenta a gestão estratégica da sustentabilidade em cinco compromissos prioritários, que permeiam seus processos de decisão e operações.

Criar valores para os públicos de interesse que sejam sustentáveis e possam garantir a existência da empresa no longo prazo



Meio Ambiente

Para a Honda, a preservação do meio ambiente e o uso consciente dos recursos naturais são aspectos essenciais para atingir o desenvolvimento econômico e garantir a perenidade das atividades da empresa.



Qualidade

O investimento em tecnologia é fundamental para a manutenção da Honda como protagonista dentro dos segmentos de atuação. A sustentabilidade das operações e os diferenciais dos produtos estão associados diretamente com a qualidade que é apresentada e reconhecida pelos públicos de interesse.



Segurança

Quando o assunto é mobilidade, para a Honda é obrigação abordar a temática segurança, buscando garantir os investimentos necessários para que os seus produtos apresentem o melhor desempenho possível e atinjam as expectativas dos seus clientes. Em conjunto, são realizadas iniciativas voltadas para conscientização de todos aqueles que participam de alguma forma da dinâmica do trânsito.



Pessoas

Inserida com destaque nas regiões onde está presente, a valorização daqueles que fazem parte do dia a dia da empresa é fundamental para o bom desempenho das atividades. De colaboradores até as comunidades, a combinação de investimento no desenvolvimento profissional e no bem-estar da sociedade é parte da estratégia de atuação da empresa.



Mobilidade e Inovação

A Honda acredita que a tecnologia deve estar a serviço da vida das pessoas. Por isso, desenvolve soluções projetadas para serem benéficas e melhorar a vida de todos.

# 04

## Sobre o Relatório

A Honda acredita que promover um diálogo construtivo com a sociedade é essencial para alcançar o seu crescimento sustentável e aumentar o valor corporativo a médio e longo prazo.

Pelo 11º ano consecutivo, a Honda apresenta o Relatório de Sustentabilidade, que contempla os destaques da empresa na gestão de temáticas ambientais, sociais e de governança das subsidiárias regionais instaladas no Brasil, na Argentina, no Peru e no Chile, exceto quando indicado, durante o período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2025.

Esse relatório foi elaborado de acordo com as premissas GRI – Global Reporting Initiative, na opção essencial do GRI Standards.

\\GRI 102-1, 102-45, 102- 50, 102-54\\

A Honda apresentou em seu relato de 2021 a atualização dos tópicos materiais da empresa. Os temas de relevância tratados foram identificados a partir de um processo de materialidade, que aponta, na percepção dos públicos de relacionamento e da alta gestão, os assuntos que devem ser priorizados na estratégia de sustentabilidade e na comunicação do desempenho da companhia. \\GRI 102-46\\

Esses assuntos foram identificados e priorizados conforme as etapas seguintes:

- 1. Consulta inicial às metodologias Sustainability Accounting Standards Board (SASB)<sup>1</sup>, S&P Global – Yearbook 2021<sup>2</sup>; MSCI – Ratings and Materiality<sup>3</sup> e GRI<sup>4</sup> para a identificação e classificação de criticidade dos temas relativos ao setor automotivo na perspectiva do mercado;
- 2. Análise de tópicos materiais divulgados por empresas pares do setor para o mapeamento de assuntos potencialmente prioritários;
- 3. Entrevistas com a alta gestão e consultas on-line aos públicos de interesse para a priorização dos tópicos. A sondagem pública foi respondida por 968 pessoas, de diferentes grupos de relacionamento (clientes, associações de classe, colaboradores, concessionárias, fornecedores, governo e imprensa). \\GRI 102-40; 102-42; 102-43; 102-44\\

1) Instituição norte-americana que define os padrões de reporte de sustentabilidade para as empresas com capital aberto na bolsa americana.

2) Publicação anual da S&P Global, que se baseia no Corporate Sustainability Assessment (CSA) – a avaliação que fundamenta a elaboração dos índices de sustentabilidade Dow Jones, desenvolvidos a partir da análise de uma série de critérios ESG de empresas listadas na bolsa de valores americana.

3) As classificações MSCI ESG fornecem uma avaliação de longo prazo das empresas às questões ambientais, sociais e de governança (ESG).

4) A Global Reporting Initiative é uma organização internacional que ajuda empresas, governos e outras instituições a compreender e comunicar o impacto dos negócios em questões críticas de sustentabilidade.

No processo de formatação da matriz de materialidade também foram avaliados: o ambiente de negócios local, as tendências globais que impactam os segmentos de atuação da Honda e o contexto específico da sociedade.

Considerando que foi realizado um processo robusto de identificação e priorização dos temas materiais para a Honda South America, em 2025 não houve alteração nos assuntos reportados.

Temas Materiais



Satisfação dos clientes



Educação e Segurança no Trânsito



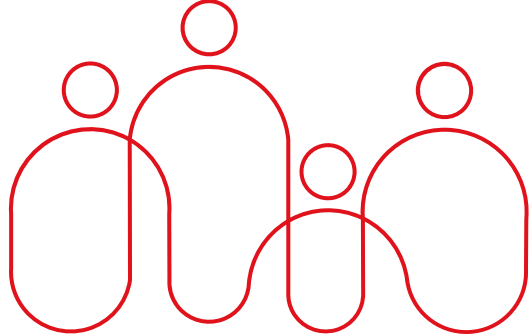
Emissões e Ecoeficiência Operacional



Mobilidade e Inovação



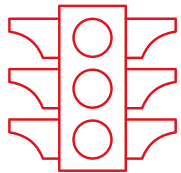
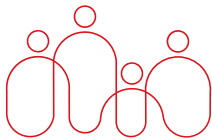
Ética e Governança



Gestão de Pessoas e Diversidade



Qualidade dos produtos e serviços

| TEMA MATERIAL                                                                                                                  | DESCRIÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                       | INSTRUMENTO DE GESTÃO                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Qualidade dos produtos e serviços</b>     | Estabelecer parâmetros de qualidade no desenvolvimento de serviços e na fabricação dos produtos, garantindo um ciclo de melhoria contínua e comunicando de forma transparente os processos a fim de promover práticas de publicidade e propaganda responsáveis. | \GRI 417-3\                                                                                                                                                                                                                                   |
|  <b>Satisfação dos clientes</b>               | Promover pesquisas de satisfação dos clientes sobre os produtos e serviços da marca Honda e direcionar esforços no desenvolvimento de soluções e melhorias. Processos de recall.                                                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Clientes ouvidos em pesquisa de satisfação</li><li>• Pesquisas de imagem de marca e premiações públicas</li><li>• Índice de atendimento recall Takata</li></ul>                                       |
|  <b>Mobilidade e Inovação</b>                 | Investir em pesquisas e tecnologias para fomentar a sustentabilidade em soluções de mobilidade.                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Novos lançamentos em produtos e serviços</li><li>• Reporte das inovações globais da marca</li></ul>                                                                                                   |
|  <b>Educação e Segurança no Trânsito</b>      | Investimento em tecnologias e aplicação dos itens de segurança nos produtos, conscientização da segurança no trânsito.                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Metas e ou compromissos para promoção da segurança no trânsito</li><li>• Novas tecnologias nos produtos</li><li>• Pessoas impactadas pelas ações dos Centros Educacionais de Trânsito Honda</li></ul> |
|  <b>Emissões e Ecoeficiência operacional</b> | Compromissos e metas que visem a redução das emissões atmosféricas.                                                                                                                                                                                             | \GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7\<br>Neutralidade de carbono em seus produtos e atividades corporativas até 2050.                                                                                                                       |
|                                                                                                                                | Uso racional da água e aprimoramento da gestão energética das instalações fabris, gestão de resíduos e conceito 3R's.                                                                                                                                           | \GRI 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 306-1, 306-2\                                                                                                                                                                                                |
|  <b>Ética e Governança</b>                  | Fortalecer mecanismos para uma gestão transparente e ética em toda a estrutura de governança do grupo Honda, alinhada às melhores práticas ESG.                                                                                                                 | \GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1\                                                                                                                                                                                                            |
|  <b>Gestão de Pessoas e Diversidade</b>     | Promover um ambiente de respeito, integração e valorização na relação entre colaboradores, e garantir a saúde e segurança do ambiente de trabalho.                                                                                                              | \GRI 403-1, GRI 403-2\                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                | Incentivar o desenvolvimento pessoal e profissional por meio de treinamentos e gestão de desempenho alinhadas à filosofia Honda.                                                                                                                                | \GRI 404-1\                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                | Estabelecer compromissos e promover uma cultura de diversidade e inclusão no quadro de colaboradores.                                                                                                                                                           | \GRI 405-1, GRI 405-2\                                                                                                                                                                                                                        |

Este relatório também pode conter correções, reformulações ou alterações significativas em informações prestadas em relatórios anteriores.

# 05

# Visão Geral

# O propósito da Honda é melhorar a vida das pessoas por meio de soluções de mobilidade

\GRI 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7\

Em todos os mercados onde a Honda atua, mantém-se viva a essência de oferecer produtos e serviços para melhorar a vida das pessoas. O propósito da marca é contribuir com o avanço da mobilidade, sempre colocando as pessoas no centro das estratégias e usando a tecnologia para ajudá-las.

Esse compromisso conduz a Honda rumo aos seus 78 anos de existência, período no qual consolidou uma presença global, com 357 subsidiárias e afiliadas distribuídas em todo o mundo, respaldada pela atuação de 194 mil colaboradores.

A América do Sul integra o bloco administrativo nomeado como Regiões Associadas, que ao lado de outros dois blocos – América do Norte e China – compõe as operações globais da companhia. Faz parte do bloco das Regiões Associadas Japão, Ásia, Oceania, Europa, África, Oriente Médio e América do Sul.

Na região sul-americana, onde está presente há mais de 50 anos, a Honda conta com unidades produtivas no Brasil, Argentina e Peru, uma unidade importadora no Chile, além de dezenas de distribuidores, formando uma rede com mais de dois mil pontos de venda nas principais cidades da região.

Dentre suas operações de negócios na região, a Honda está presente nos segmentos de Motocicletas, Automóveis, Quadriciclos, Produtos Náuticos, Motores e Máquinas e Serviços Financeiros. O escopo de atuação dentro de cada negócio é classificado pela empresa pelas siglas SEDBA\*.

\*S: Sales (Vendas)  
E: Engineering (Produção)  
D: Development (Pesquisa & Desenvolvimento)  
B: Buying (Compras)  
A: Administration (Administrativo)

# Modelo de Atuação da Honda na América do Sul



O modelo de atuação da Honda leva em conta a geração de resultados e o compartilhamento de ganhos com todos os públicos de relacionamento, considerando a sustentabilidade de toda a operação.

## COLABORADORES



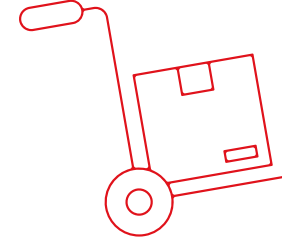
**15.594**  
colaboradores permanentes e temporários na América do Sul

## PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO

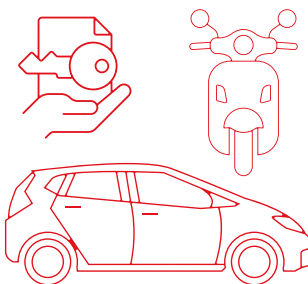
### COMUNIDADES



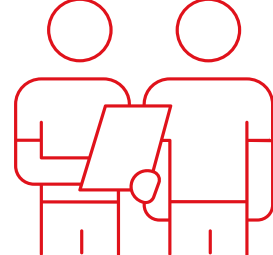
### FORNECEDORES



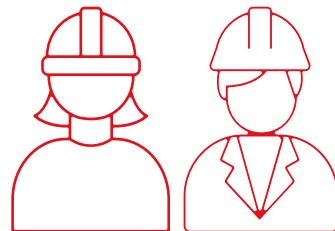
### CONCESSIONÁRIAS



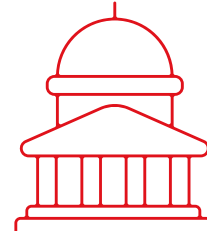
### CLIENTES



### COLABORADORES



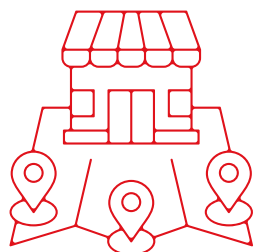
### GOVERNO



### MÍDIA

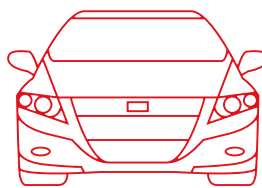


## PONTOS DE VENDA

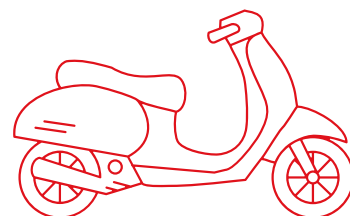


Mais de **2.000**  
pontos de venda em toda América do Sul

## FORNECEDORES



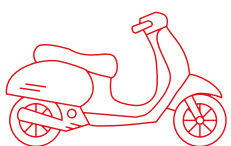
**AUTOMÓVEIS**  
**139**  
fornecedores de peças e matérias-primas



**MOTOCICLETAS**  
**148**  
fornecedores de peças e matérias-primas

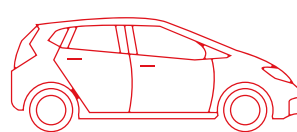
## RESULTADOS

### MOTOCICLETAS



**1.745.506**  
produzidas

### AUTOMÓVEIS

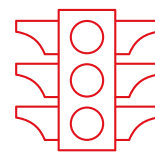


**101.143**  
produzidos

### MOTORES E MÁQUINAS



**19.200**  
produzidos



Mais de **19 mil** pessoas participaram de ações do Centro Educacional de Trânsito Honda no Brasil



**+ 54 mil** toneladas de CO<sub>2</sub> deixaram de ser emitidas na atmosfera por meio da Honda Energy do Brasil (desde o início das operações)

# Desempenho operacional

A Honda segue fortalecendo seus esforços em direção ao futuro da mobilidade com o objetivo permanente de oferecer produtos que superem as expectativas de seus clientes, além de assegurar a qualidade do atendimento para oferecer serviços diferenciados de venda e pós-venda.

## Motocicletas na América do Sul

Consolidada como a maior fabricante de motocicletas na América do Sul, a Honda acumula mais de 30 milhões de unidades produzidas na região ao longo dos anos. Este volume representa a grande contribuição da motocicleta para a sociedade.

É um veículo desejado pelos consumidores, seja para mobilidade diária, lazer ou como ferramenta de trabalho, contribuindo para a geração de renda em diversas atividades econômicas.

**Ao longo dos anos, a motocicleta se mostrou extremamente relevante, dada a importância dos serviços de entregas em domicílio, bem como a priorização por meios de transportes individuais.**

A demanda pela motocicleta seguiu aquecida em 2025, uma vez que o veículo desempenha um importante papel na mobilidade. É uma alternativa de transporte

rápido, econômico, além de apresentar um baixo custo de manutenção.

Em 2025, as operações de motocicletas nas fábricas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) registraram, conjuntamente, a produção de 1,7 milhão de unidades. As vendas atingiram um volume de 1,7 milhão de unidades, representando aumento de 17% em relação ao ano de 2024.

O Peru apresentou um crescimento expressivo nas vendas, com mais de 101 mil unidades comercializadas em 2025, um aumento de 74% em relação ao ano anterior.

A alta também foi registrada na Argentina, que contabilizou mais de 133 mil unidades vendidas, crescimento de 19% em comparação a 2024, e no Chile, com mais de 8 mil unidades comercializadas, representando um aumento de 47% em relação ao período anterior.



**A Honda encerrou o ano de 2025 com desempenho positivo nas operações de motocicletas da América do Sul**

## Motocicletas no Brasil

A Moto Honda foi pioneira e hoje mantém a posição de liderança. Seus investimentos contínuos e o compromisso com o país contribuíram para o desenvolvimento de todo o setor.

A fábrica em Manaus (AM) é hoje um complexo industrial que vai muito além da montagem de motocicletas. A unidade é a mais verticalizada em produção de motos Honda no mundo, além de ser uma das maiores do Polo Industrial de Manaus (PIM) e um dos centros de produção mais representativo das Américas, onde são fabricados desde embalagens metálicas, moldes, tubos estruturais e ferramentas até diversos componentes que integram o produto final como escapamentos, rodas, guidões, chassis e outras peças. **Em 2026, a unidade completará 50 anos de produção de motocicletas no Brasil, reforçando seu papel estratégico na economia local e nacional e seu compromisso com a mobilidade de milhões de brasileiros.**

Para continuar fortalecendo sua liderança no segmento e impulsionada pelo aquecimento do mercado, **a Honda anunciou em outubro de 2025 um novo ciclo de investimento de R\$ 1,6 bilhão até 2029 para a operação de motocicletas.** O aporte tem três principais objetivos: ampliação da capacidade produtiva

para 1,6 milhão de unidades por ano, lançamento de novos produtos e otimização de processos industriais da fábrica.

O ano também foi marcado por resultados positivos da Honda no segmento.

A marca concluiu 2025 com um crescimento de 14% nos emplacamentos, em comparação com o período anterior, totalizando mais de 1,4 milhão de unidades.

A produção também acompanhou a tendência de crescimento, **com mais de 1,5 milhão de unidades saindo das linhas produtivas em Manaus (AM), alta de 17% sobre o ano passado.** O acumulado representa o melhor resultado desde 2011.



Dando sequência a atualização de seu portfólio, em 2025 a Honda anunciou novos modelos para o segmento de média e alta cilindrada, visando atender a demanda do mercado e elevar o patamar tecnológico da marca no segmento. Foram apresentados ao mercado os modelos inéditos: CB500 Hornet, CB750 Hornet, NX500, CB650R E-Clutch, NC750X e XL750 Transalp.

Além disso, modelos já consagrados receberam atualizações e aperfeiçoamentos técnicos, como a CRF1100L Africa Twin, CRF300F, CB300F Twister, NXR160 Bros, XRE300 Sahara, PCX, XRE190 e linha CG.

O objetivo da empresa é seguir liderando o setor de forma sustentável. Com esse foco,

a Moto Honda seguirá fortalecendo seu line up, desenvolvendo produtos de qualidade superior, além de outras inovações que reforçam o protagonismo da Honda no setor e impulsionam a busca por soluções que superem as expectativas de clientes.



**Novo ciclo** de investimento para o segmento de motocicletas no Brasil de **R\$ 1,6 bilhão até 2029**

# Cadeia de Valor

Por meio de sua ampla cadeia, a operação da Moto Honda promove investimentos, desenvolvimento econômico e social, não só na região da Amazônia, mas em todo o país.

A contribuição social do negócio de motocicletas é expressiva, não somente pelos cerca de 100 mil empregos diretos em toda a cadeia, mas principalmente pelo valor e riqueza que o produto final gera para indivíduos, famílias e empreendedores, nos campos e nas cidades de todo o país.



**Cerca de 100 mil empregos diretos gerados** em toda cadeia e contribuição social para o Brasil

**Centenas** de fornecedores de serviço



Mais de  
**9.000**  
colaboradores  
diretos

**+ de 1.130**  
pontos de  
venda em  
todo Brasil

**+ de 110**  
fornecedores de  
componentes e  
matérias-primas

# Prêmios e Reconhecimentos



**O Cliente  
Recomenda**

## Experience Awards

A Honda Motos foi certificada com o selo “O Cliente Recomenda” por seu negócio de motocicletas e por oferecer a melhor experiência ao consumidor no prêmio Experiencia Awards 2025. Idealizado pela empresa SoluCX, a iniciativa tem como objetivo reconhecer e conceder o selo “O Cliente Recomenda” às marcas com o maior poder de recomendação pelos consumidores, com base no Net Promoter Score (NPS), uma metodologia que utiliza ferramentas de pesquisa e classificação para analisar o nível de recomendação de uma empresa pelo público.



## Marcas Mais

A Honda Motos conquistou o primeiro lugar no ranking nacional do prêmio Marcas Mais, promovido pelo jornal Estadão em parceria com a consultoria Troiano Branding. É o quarto ano consecutivo que a marca recebe o reconhecimento na categoria “Motocicletas”. Para identificar as marcas mais envolventes e que conquistam o consumidor, a organização do prêmio realiza milhares de pesquisas em todo o Brasil para medir o grau de engajamento de consumidores com as empresas.



## Top of Mind

Pela 13ª vez consecutiva, a Honda Motos foi reconhecida na premiação Top of Mind, realizada pela Folha de S. Paulo, na categoria “Moto”. O prêmio, um dos mais respeitados do país, mostra como empresas de diferentes segmentos permanecem na memória das pessoas. Desde que a categoria começou a fazer parte da pesquisa, a marca venceu todas as edições. Este resultado demonstra a preocupação da Honda em superar as expectativas dos clientes, com produtos e serviços da mais alta qualidade.

**Premiações  
no setor de  
motocicletas  
reforçam o  
protagonismo  
da Honda**

## Automóveis na América do Sul

Ao longo de sua trajetória de mais de 30 anos de presença na América do Sul e mais de 25 anos de fabricação de automóveis no Brasil, a empresa realizou contínuos investimentos com o objetivo de aumentar a capacidade de produção e melhorar a eficiência de seus processos. Desde o início de suas operações, buscou acelerar o processo de desenvolvimento, produção e comercialização de produtos cada vez mais alinhados às expectativas dos consumidores sul-americanos.

Visando fortalecer a competitividade do negócio, a Honda anunciou em abril de 2018 um plano de reestruturação para o sistema produtivo de automóveis na região. **Em linha com esse plano, inaugurou em 2019 sua fábrica de automóveis no Brasil, na cidade de Itirapina, interior de São Paulo. A unidade possui elevado nível de tecnologia e eficiência.**

A partir de então, gradualmente, a produção foi transferida para a nova planta, que desde janeiro de 2022 concentra 100% da produção de automóveis da Honda na região. Atualmente, são produzidos em Itirapina (SP) os modelos City Sedan, City Hatchback, HR-V e a nova geração do WR-V, lançado em novembro de 2025.

A unidade de Sumaré se consolida como centro de produção de motores e componentes, desenvolvimento de automóveis, estratégia e gestão dos negócios do grupo Honda na região.

A unidade conta com a produção do conjunto motor, que incluiu Fundição, Usinagem e Montagem de Motores, além dos processos de Injeção e Pintura Plástica, Ferramentaria, Engenharia de Qualidade, Planejamento Industrial, P&D, áreas administrativas da Honda South America, Centro de Treinamento Técnico e Divisão de Peças.

Foco em **oferecer automóveis** que melhor atendam ao consumidor, **com alta eficiência** e repletos de **tecnologias de conectividade e segurança**



Para fortalecer seu line up no mercado sul-americano, a Honda levou a nova geração do WR-V para todos os países\* em que atua para consolidar sua presença na categoria de SUVs na região com um modelo inédito.

Ao longo de 2025, outros modelos também foram apresentados na região, como as versões atualizadas do HR-V, ZR-V e a família City, além do CR-V Advanced Hybrid, evidenciando o compromisso da marca em renovar sua linha e consolidar cada vez mais sua presença no mercado local.

Em 2025, as operações da Honda Automóveis na América do Sul\*\* registraram, conjuntamente, mais de mais de 114 mil veículos comercializados.

\*Exceto Venezuela  
\*\*Mercado considerados:  
Brasil, Argentina, Chile, Peru,  
Colômbia, Uruguai, Equador,  
Bolívia, Paraguai, Guiana,  
Venezuela e Suriname.



A Argentina registrou um crescimento de 38% nas vendas comparado ao ano anterior, com mais de 3.600 veículos comercializados.

Chile e Peru contabilizaram 1.600 e 2.200 unidades vendidas, respectivamente, em um cenário de mercado mais desafiador em comparação ao período anterior.

Reforçando seu compromisso com o desenvolvimento da mobilidade na América do Sul, a Honda continuará investindo em produtos, serviços e tecnologias que entreguem valor aos clientes em toda a região. Com foco em qualidade, segurança e responsabilidade ambiental, a empresa busca consolidar relações de longo prazo com consumidores que valorizam confiabilidade, inovação e uma experiência diferenciada de marca.



## Automóveis no Brasil

A Honda Automóveis do Brasil manteve sua solidez de mercado, com estratégia focada na qualidade da operação e na geração de valor sustentável para os clientes e parceiros de negócio, como sua rede de concessionários.

A empresa encerrou o último ano com resultados positivos, com crescimento de 13% em vendas em relação a 2024. No total, foram mais de 103 mil unidades comercializadas, o que representa o melhor resultado anual da marca desde 2020.

**A produção acompanhou a tendência de crescimento e registrou mais de 101 mil unidades produzidas em 2025, um crescimento de 11% quando comparado ao ano anterior.**

O modelo de maior destaque em vendas foi o HR-V, que alcançou o melhor resultado anual de vendas desde seu lançamento, com mais de 61 mil unidades vendidas, totalizando quase 500 mil unidades comercializadas ao longo de uma década no mercado brasileiro, reforçando sua relevância no segmento de SUVs no Brasil.

Outro marco importante foi o lançamento do WR V, um modelo totalmente novo que oferece um pacote robusto de tecnologia, conforto e segurança. A chegada do WR-V no mercado representa uma das entregas previstas no ciclo de investimentos anunciado pela Honda em abril de 2024, de R\$ 4,2 bilhões até 2030.

A marca também anunciou uma novidade: garantia total de seis anos válido para toda a linha de produtos, considerando automóveis 0km, produzidos no Brasil ou importados, e ano/modelo 26/26. A iniciativa reforça a durabilidade, a confiabilidade e o alto desempenho dos produtos da Honda para proporcionar mais tranquilidade aos clientes.

Ao longo de 2025, além do lançamento do WR-V, a Honda apresentou a versão Touring Sport do City Hatchback, além de atualizações nos modelos HR-V, Civic Advanced Hybrid e ZR-V.

**A empresa segue empenhando seus esforços para aproveitar ao máximo seu potencial de crescimento, considerando os lançamentos recentes e a ampla remodelação de seu line up, e tendo em vista a boa receptividade do público aos modelos lançados no Brasil.**

Solidez de  
mercado de  
automóveis  
**e foco na  
qualidade da  
operação**



# Prêmios e Reconhecimentos



O Cliente  
Recomenda

## Experience Awards

A Honda foi certificada com o selo “O Cliente Recomenda” por seu negócio de automóveis e por oferecer a melhor experiência ao consumidor no prêmio Experiencia Awards 2025. Idealizado pela empresa SoluCX, a iniciativa tem como objetivo reconhecer e conceder o selo “O Cliente Recomenda” às marcas com o maior poder de recomendação pelos consumidores, com base no Net Promoter Score (NPS), uma metodologia que utiliza ferramentas de pesquisa e classificação para analisar o nível de recomendação de uma empresa pelo público.



## Marcas Mais

A Honda foi vencedora na categoria “Automóveis” do prêmio Marcas Mais, promovido pelo jornal Estadão em parceria com a consultoria Troiano Branding. Para identificar as marcas mais envolventes e que conquistam o consumidor, a organização do prêmio realiza milhares de pesquisas em todo o Brasil para medir o grau de engajamento de consumidores com as empresas.



## Os mais amados do Rio

Pelo quarto ano consecutivo, a Honda Automóveis foi eleita a montadora preferida dos cariocas na premiação “Os Mais Amados do Rio”, promovida pela revista Veja Rio. A pesquisa, realizada anualmente, destaca as marcas mais lembradas e admiradas em diversas categorias com base em votação popular, e seu resultado reflete os hábitos e as preferências dos consumidores cariocas.



# Motores e Máquinas

A linha de Motores e Máquinas da Honda é composta por um amplo line up, dividido nas categorias de motores estacionários, roçadeiras, geradores e motobombas, com as mais diversas aplicações tais como agricultura, uso doméstico, construção civil e jardinagem.

Além disso, os Motores e Máquinas Honda possuem grande importância na mobilidade em regiões ribeirinhas, principalmente ao longo do rio Amazonas, proporcionando acesso às áreas mais remotas por meio do acoplamento

dos motores estacionários em diversos tipos de embarcações. Trata-se de uma solução de locomoção fluvial adotada por diversas famílias que vivem longe dos grandes centros urbanos do estado e necessitam de transporte para fins comerciais e pessoais.

O mercado de Motores e Máquinas apresentou bons resultados em 2025. Na Argentina, foram mais de 18 mil unidades vendidas; no Peru, 45 mil e no Chile, mais de 2 mil produtos, o que representa crescimento em todos os países.



A linha de Motores e Máquinas é **sinônimo de versatilidade** e reforça a premissa da Honda de **usar a tecnologia para facilitar a vida das pessoas**

Com relação ao mercado brasileiro, em 2025, a divisão de Motores e Máquinas registrou a venda de mais de 34 mil unidades, demonstrando crescimento de 10% em relação ao período anterior. Os destaques foram o lançamento da linha de motores GX430, criada para atender dois segmentos: o náutico, com o modelo GX430 MEGA, e o da construção civil, com o GX430 Cyclone. Além disso, o ano foi marcado pela parceria inédita com a Trapp, tradicional fabricante de máquinas para jardinagem, com o motor Honda GCV200 equipando o cortador de grama TH750.

Na fábrica da Moto Honda da Amazônia, em Manaus, são produzidos três modelos de motores estacionários e três modelos de motobombas e em 2024, houve a produção de mais de 19 mil unidades de motores e máquinas.

# Honda Serviços Financeiros

Para facilitar o acesso aos produtos da marca, em 1981 nasceu o Consórcio Honda, administradora de consórcios referência no mercado nacional, que faz parte da estrutura da Honda Serviços Financeiros, também composta pela Corretora de Seguros Honda e o Banco Honda.

**Essa sinergia com as fábricas representa importante fator de competitividade e contribui ativamente com as vendas dos produtos Honda.**

A empresa também possui soluções de digitalização de seus serviços, com um ecommerce do Consórcio Honda e aplicativo, que conta com quase 3 milhões de usuários ativos, agregando mais praticidade e agilidade ao dia a dia dos seus clientes.

Para manter a sustentabilidade do negócio no longo prazo, a Honda Serviços Financeiros estrutura a inovação como um dos principais motores de sua evolução. Com uma abordagem integrada, que conecta pessoas, dados e experimentação, a empresa amplia sua capacidade de gerar valor, aprimorar a experiência do cliente e responder com agilidade às mudanças do mercado.

A Honda Serviços Financeiros investe de forma contínua no desenvolvimento de suas equipes, promovendo uma cultura de capacitação alinhada à transformação digital e ao fortalecimento de competências em inovação, experiência do cliente, metodologias ágeis e uso de dados.

Esse movimento é potencializado pelo engajamento dos colaboradores, impulsionado por comunidades internas que estimulam o protagonismo, a troca de conhecimento e a aplicação prática dessas competências nas áreas de negócio, ampliando a cultura de inovação e dados em toda a organização.

Na prática, a empresa conta com iniciativas estruturadas que promovem a identificação de oportunidades, a experimentação de soluções e a colaboração entre equipes, além da conexão com o ecossistema externo, fortalecendo a inovação e a otimização contínua de processos.



## Premiações da Honda Serviços Financeiros



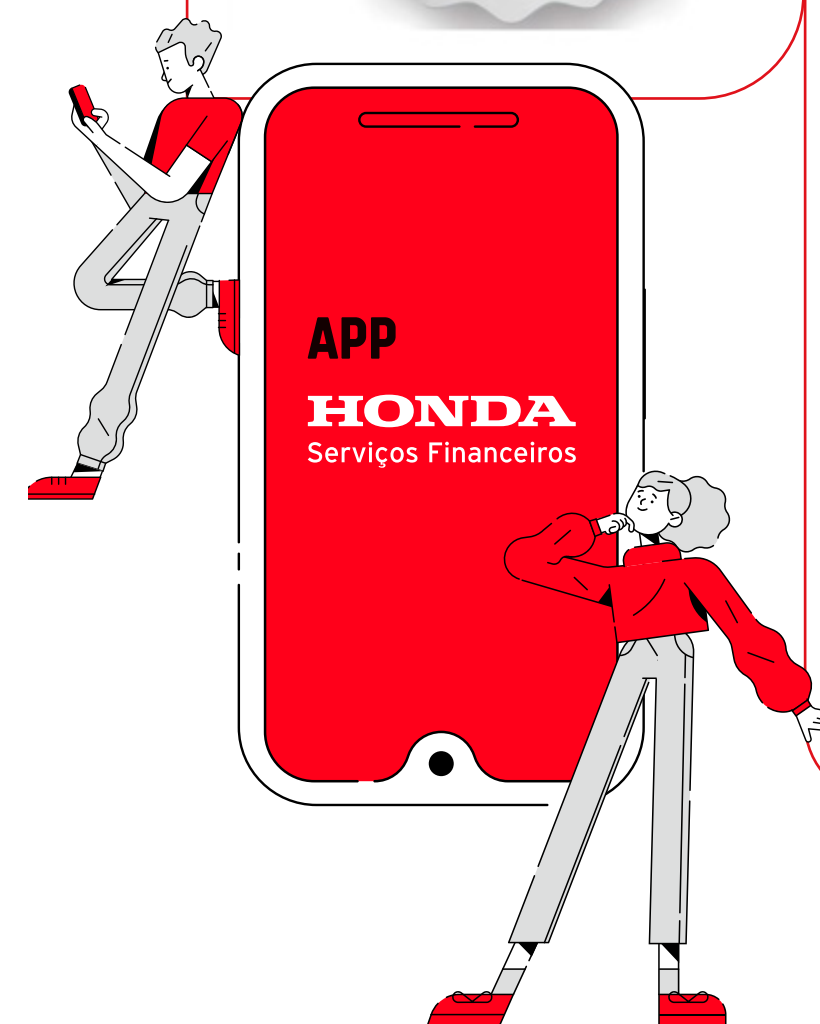
**O Cliente  
Recomenda**

### Finance & Law Summit and Awards

A Honda Serviços Financeiros recebeu o prêmio de Melhor Departamento Financeiro Automotivo pelo Finance & Law Summit and Awards (FILASA 2025). A premiação promovida pela Leaders League Brasil, multinacional especializada no segmento de análises setoriais, teve como objetivo reconhecer os melhores departamentos financeiros e jurídicos do país. A seleção dos vencedores envolve uma pesquisa nacional com milhares de profissionais do setor, seguida por votação e avaliação de um júri especializado. vendas dos produtos Honda.

### Experience Awards

A Honda foi reconhecida como a marca que oferece a melhor experiência ao consumidor na categoria “Consórcio” do Experience Awards 2025, recebendo o selo “O Cliente Recomenda”. A iniciativa é realizada pela empresa SoluCX e tem como objetivo reconhecer as marcas com o maior poder de recomendação pelos consumidores, com base no Net Promoter Score (NPS), uma metodologia que utiliza ferramentas de pesquisa e classificação para analisar o nível de recomendação de uma empresa pelo público.



## Soluções financeiras que **unem conveniência, inovação e proximidade com o cliente**

## Desempenho da Honda Serviços Financeiros em 2025

No contexto de 2025, foi perceptível a contribuição dos serviços financeiros para os resultados da empresa. O Consórcio Honda foi um grande impulsionador dos números da divisão financeira da marca, principalmente no segmento de motocicletas.

## Consórcio Honda

O Consórcio Honda é referência em consórcios no mercado brasileiro e completou 45 anos de atuação no Brasil em 2026, reforçando sua relevância como um grande impulsionador de venda dos veículos Honda.

A modalidade tem mais de 2,4 milhões de clientes ativos e detém grande receptividade dos consumidores brasileiros devido aos planos que se adaptam ao orçamento do cliente, mesmo em períodos de instabilidade financeira.

Com taxas de administração e planos de pagamento competitivos, o consórcio oferece a vantagem de uma compra programada, na qual o cliente dá o lance quando considera adequado dentro da sua necessidade e planejamento financeiro.

Assim, a modalidade de consórcio obteve resultados sólidos em 2025 no segmento de motocicletas, registrando mais de 1,1 milhão de novas cotas comercializadas no último ano, um crescimento de 8% com relação ao período anterior.

**Em relação às entregas de motocicletas Honda 0km, foi registrado um aumento de 25% se comparado a 2024, totalizando mais de 490 mil.**

Outro destaque foi a marca de mais de 8 milhões de motocicletas 0km entregues desde o início

## Consórcio Honda é grande impulsionador dos números da divisão financeira da marca

das operações. Atualmente, o consórcio responde por 32% das vendas de motocicletas 0km no país, consolidando-se como um dos principais vetores de crescimento do setor. Apenas no último ano, foram mais de 490 mil unidades entregues.

Para o segmento de automóveis, mais de 4 mil novas cotas foram comercializadas em 2025, um aumento de 26% se comparado a 2024.

Além de oferecer planos para a conquista de automóveis e motocicletas Honda, o Consórcio expandiu seu portfólio e passou a oferecer cotas para a aquisição da linha de Motores e Máquinas, com parcelas acessíveis e contemplações mensais.

Pensando em atender às necessidades dos clientes e acompanhar a evolução do mercado, o Consórcio possui soluções de digitalização de seus serviços, e-commerce e aplicativo, agregando mais praticidade e agilidade ao dia a dia dos seus clientes.



## Banco Honda

O Banco Honda foi criado com a missão de se tornar uma ótima opção de financiamento aos produtos Honda. Em 2025, a instituição completou 25 anos de atuação no Brasil, reafirmando seu compromisso de facilitar o acesso aos produtos Honda.

Com uma trajetória sólida no mercado, a empresa acumula mais de 2,2 milhões de clientes atendidos.

Por meio da modalidade de Crédito Direto ao Consumidor (CDC), ele garante condições atrativas para que tanto a pessoa física quanto jurídica obtenha o desejado veículo Honda de forma rápida, prática e justa.

Em 2025, o Banco Honda foi um importante agente financeiro da marca para o segmento de automóveis, representando 20% das vendas totais da empresa e registrando 26.192 contratos.

No segmento de motocicletas, o negócio colaborou com 14,9% das vendas, com 224.746 unidades financiadas entre janeiro e dezembro de 2025, representando um aumento de 12% nos financiamentos.



## Corretora de Seguros Honda

A Seguros Honda iniciou suas operações no Brasil em 1987 com o objetivo de oferecer, em parceria com as principais seguradoras do mercado, um portfólio customizado para atender às necessidades de cobertura dos produtos Honda, com custo competitivo.

Seja para o segmento de motocicletas ou automóveis, a marca oferece seguros com cobertura contra colisão, incêndio, furto, roubo e danos a terceiros\*, garantia de peças genuínas e atendimento na rede de concessionárias Honda, além de assistência 24 horas.

\*Os benefícios podem variar de acordo com a proposta de cada seguradora parceira.

Banco Honda e Seguros  
Honda **completam o  
pacote de serviços** da  
Honda Serviços Financeiros

# HondaJet



**Jato executivo mais avançado do mundo,** com performance, design, qualidade e tecnologia

O HondaJet é fabricado pela Honda Aircraft Company, nos Estados Unidos, e comercializado desde 2015 pela Líder Aviação no Brasil (representante local de vendas do jato executivo no país). Até dezembro de 2025, foram entregues sete unidades do HondaJet em território nacional e mais de 270 unidades globalmente.

Jato executivo mais avançado do mundo e com excepcionais vantagens em performance, conforto, qualidade e eficiência, o HondaJet incorpora muitas inovações tecnológicas em design, incluindo a configuração exclusiva OTWEM – OverThe-Wing Engine Mount

(motores sobre o topo das asas), que melhora significativamente a performance ao reduzir o arrasto aerodinâmico.

O design OTWEM também reduz ruídos na cabine, minimiza o barulho do contato com o solo, proporciona o maior espaço interno entre os jatos executivos do mercado, além do maior compartimento de bagagem e um lavatório completo a bordo.

Em 2025, o HondaJet Elite II foi exposto no Brasil, durante a LABACE, maior feira de aviação executiva da América Latina, no aeroporto Campo de Marte, em São Paulo.

# 06

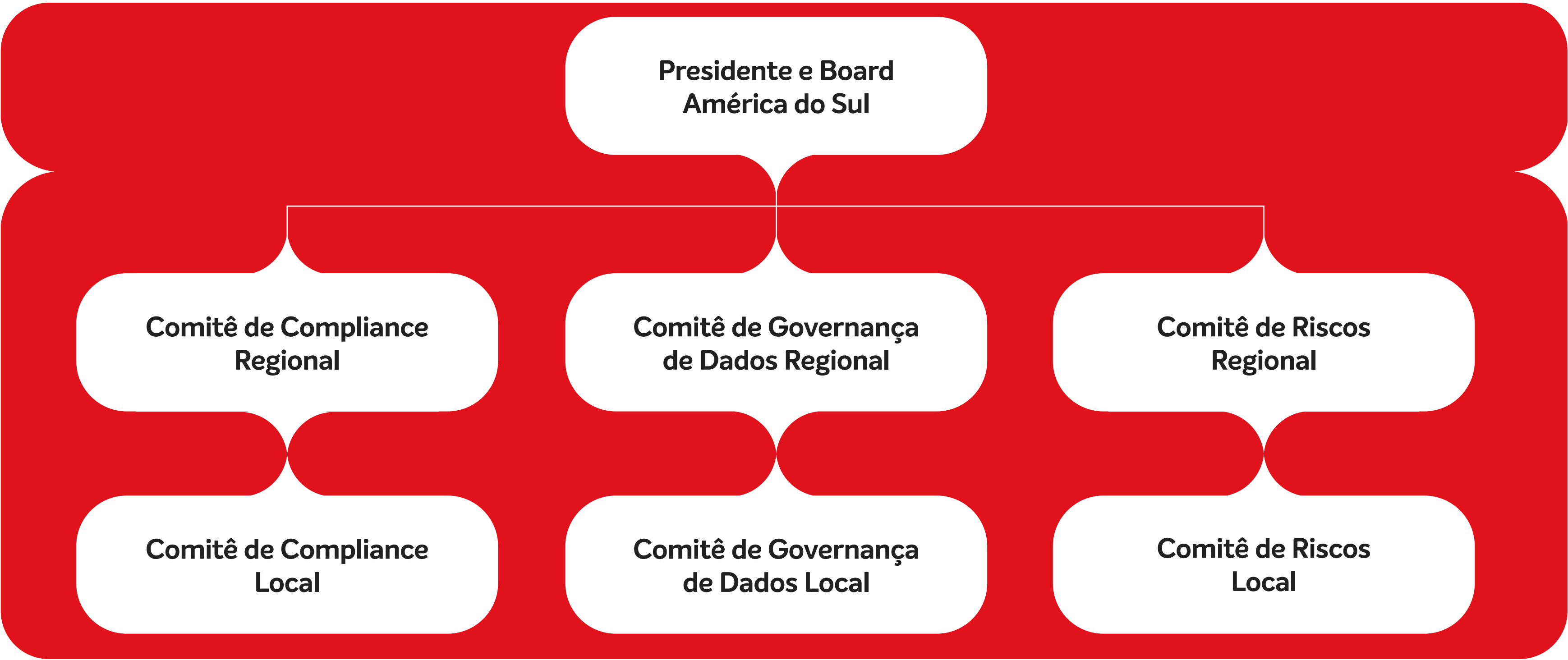
## Governança Corporativa

A adoção de princípios éticos e transparentes para a gestão dos negócios, o mapeamento dos riscos inerentes às atividades e o estabelecimento de medidas preventivas e mitigatórias. Essas são as diretrizes do modelo de governança corporativa da Honda. A empresa prevê que a ética e o respeito às regulamentações e legislações setoriais são imprescindíveis para a continuidade do negócio. Por isso, esses preceitos são aplicados transversalmente em todos os departamentos, guiando as decisões de negócios e tornando as atividades mais seguras e sustentáveis.

Na gestão da Governança, Risco e Conformidade corporativas, a Honda acompanha e busca adotar as melhores práticas do mercado.

A responsabilidade pela gestão da Governança Corporativa dentro da Honda é do Departamento de GRC&E\*, cabendo coordenar todos os processos de prevenção e conscientização em conformidade e respeito às leis e regulamentos nos quais as operações da Honda South America estão inseridas. O modelo de Governança Corporativa da Honda na América do Sul abrange três pilares de gestão que se inter-relacionam na condução do crescimento sustentável dos negócios: governança, gestão de riscos corporativos e conformidade legal.

\*Governance, Risk, Compliance & Ethics.



**GOVERNANÇA:**  
Padrão de conduta e ética empresarial



**RISCOS CORPORATIVOS:**  
Identificação e avaliação de riscos potenciais para os negócios, definição de medidas de mitigação, eliminação ou transferência dos riscos



**CONFORMIDADE:**  
Atendimento aos requisitos legais, aos regulamentos e às políticas, normas e procedimentos internos

Buscando a construção de relacionamentos éticos com os diversos públicos de interesse, a Honda adota regras sólidas que garantem transparência e segurança para que a empresa tenha clareza em seus posicionamentos e decisões. Nesse sentido, há a composição de Comitês para tratar os principais temas de Governança (Riscos, Compliance, Ética, Confidencialidade e Privacidade), os quais estão diretamente ligados ao Board de Diretores da América do Sul tendo por responsabilidade tomar as decisões nas esferas econômica, ambiental e social.

# Riscos Corporativos

\GRI 102-11\

A perenidade dos negócios da Honda depende do mapeamento e constante monitoramento dos riscos inerentes aos negócios, em suas diferentes dimensões. Assim, para cada um dos riscos potenciais identificados, o Departamento de GRC&E coordena e estabelece em conjunto com as áreas de negócios medidas preventivas e mitigatórias, com o objetivo de garantir uma operação segura, confiável e transparente para colaboradores e parceiros de negócios, reduzindo perdas financeiras e evitando danos à reputação da marca.

O objetivo é gerenciar um crescimento sustentável com base nos padrões do mercado e os riscos com potencial de impactar as operações na região e em escala global. A avaliação leva em conta os requisitos ambientais, sociais, financeiros, em saúde e segurança ocupacional e confiabilidade operacional, bem como questões em relação aos parceiros de negócios.

Nesse sentido, a Política Global de Gerenciamento de Riscos da Honda, que cobre as atividades da Honda South America, tem como objetivo impulsionar o crescimento sustentável da companhia, com base na filosofia da empresa e em todos os riscos com potencial de impactar as operações em escala global.



A Honda dispõe de 11 políticas e documentos normativos relacionados ao tema de gestão de risco. Atualmente, o Código de Conduta é o mais relevante instrumento norteador da conduta para o colaborador, inclusive em relação à prevenção e combate aos riscos e, de forma complementar, a Honda dispõe de políticas e documentos normativos relacionados ao tema.

Além disso, de acordo com modelos globais do Grupo Honda sobre Gestão de Riscos Corporativos (ERM Enterprise Risk Management) aplicam-se processos de identificação e avaliação anual de riscos em todas as subsidiárias na América do Sul e, diante do reconhecimento daqueles prioritários, faz-se um acompanhamento mais próximo com as medidas preventivas para minimizar eventos de materialização.

# Governança

\GRI 102-18\

A Honda ampara suas decisões em normas que devem ser observadas e aplicadas por todos que agem em seu nome. Para garantir que a empresa desfrute de uma posição de respeito e credibilidade, o modelo de governança leva em conta a transparência administrativa, a inadmissibilidade de práticas corruptas, definição clara de responsabilidades e adoção de padrões de conduta frente a situações específicas e o atendimento às exigências legais.

Prezando pela sua integridade e clareza em seus posicionamentos e decisões, a Honda garante a geração e o compartilhamento de riquezas consistentes com seus públicos de relacionamento com uma visão de longo prazo. Nesse sentido, a companhia conta com a atuação de Comitês para tratar os principais temas de Governança.

Nesse contexto, além de direcionar suas operações para a oferta de produtos e serviços da mais alta qualidade, com preços justos e foco na satisfação dos clientes, a Honda também incorpora a responsabilidade social às suas práticas de governança. A empresa realiza diversas iniciativas sociais (mais informações na página 76) e, para garantir consistência e alinhamento, estabeleceu uma política com diretrizes e procedimentos para as ações sociais conduzidas em todas as unidades da América do Sul.

# Conformidade

\GRI 103-2, 103-3/419, 419-1\

Visando garantir transparência, ética, responsabilidade e um ambiente de trabalho seguro e livre de perdas financeiras, além de evitar danos à reputação da marca e à sociedade, a Honda, por meio do Departamento de GRC&E, realiza a gestão de todos os processos relevantes.

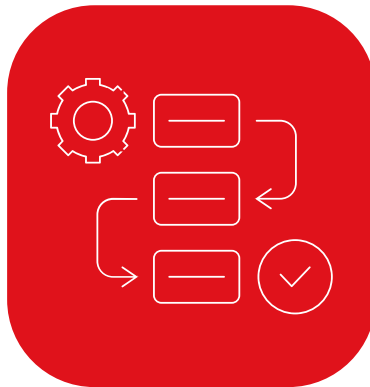
Por meio do mapeamento dos processos relevantes e testes de controles internos, é possível identificar os riscos e as áreas críticas e elevar o nível de responsabilidade e comprometimento da alta administração da companhia, além de atender a certificação dos controles internos com base nos requerimentos da Lei americana Sarbanes Oxley.

Como forma de comunicação direta com a alta gestão da companhia, os colaboradores podem informar qualquer desconformidade com o Código de Conduta e com as diretrizes corporativas por meio de um canal de comunicação gerenciado pelo Comitê de Compliance da Honda. Este canal está disponível a todos os funcionários em todas as unidades da Honda na América do Sul.

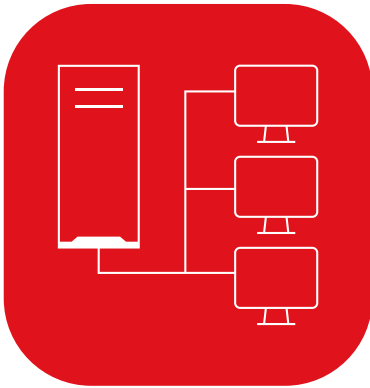
A avaliação de conformidade da Governança Corporativa da Honda ocorre de forma contínua por meio de sistemas que adotam padrões internacionais, sendo formado por:



• **Sistema de gestão corporativa dos processos:** autoavaliação realizada pelos gestores (100% gerentes e acima) sobre os sistemas e operações dos processos.



• **Estrutura de código de conduta, sigilo de informações e padrão de conduta formal:** todos disseminados por treinamentos e pela gestão.



• **Sistema de gestão específica dos processos:** controles internos sobre processos relevantes de negócios e tecnologias (mais de 90 subprocessos documentados e revisados anualmente), que são submetidos à Certificação de controles internos com base nos requerimentos da Lei americana Sarbanes-Oxley por auditoria independente.



• **Estrutura independente de Auditoria Interna:** a Divisão de Auditoria Interna deve desempenhar função compatível com o Modelo de Três Linhas, atuando na terceira linha de defesa, cujo papel é prestar avaliação e assessoria de forma independente e objetiva sobre a adequação e eficácia da governança e do gerenciamento de riscos. A área reporta suas descobertas à gestão e ao corpo administrativo para promover e facilitar a melhoria contínua. A independência da Auditoria Interna em relação a responsabilidades da gestão é fundamental para sua objetividade, autoridade e credibilidade.



• **Sistema de proteção à privacidade de dados pessoais:** políticas e normas corporativas, registro das operações de tratamento de dados pessoais e avaliação dos riscos de privacidade visando o atendimento à Lei Geral de Proteção de Dados.



• **Sistema de normas e conduta:** políticas e procedimentos corporativos, disponíveis em intranet corporativa ou diretórios próprios para acesso ao público interno.

# Canal de Ética

\GRI 102-17\

Em apoio às medidas adotadas para garantir a conformidade de todas as atividades da Honda, a companhia dispõe de um Canal de Ética que viabiliza a comunicação direta entre os colaboradores e a direção da empresa.

O objetivo é receber opiniões, críticas, reclamações, denúncias e consultas relativas às temáticas abordadas no Código de Conduta e Políticas.

As manifestações que são ingressadas por meio do Canal de Ética são submetidas à avaliação e providências do Comitê de Compliance, que tem a missão de garantir o contínuo aprimoramento dos padrões baseados em princípios éticos.

A forma de atuação do Comitê de Compliance está regulamentada em normativa interna.



## Atendimento à Lei Geral de Proteção de Dados

O sistema de proteção à privacidade de dados pessoais da Honda está em total conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados por meio do embasamento em Políticas e Normas de Privacidade (Data Mapping, Relatório de Impacto, Incidente de Segurança, Privacy by Design, dentre outras normativas) para a melhor regulação das operações de tratamento de dados pessoais e avaliação dos riscos de privacidade. Além disso, para promover maior conscientização sobre o tema, são realizados treinamentos obrigatórios para todos os níveis da organização. Com o objetivo de engajar também a alta administração quanto à importância do tratamento de dados pessoais, o assunto é abordado em workshops, com a participação de mais de 210 gestores. Em 2025, foi implementado um sistema informatizado com o objetivo de otimizar as atividades de mapeamento e avaliação de riscos relacionadas aos processos que envolvem o tratamento de dados pessoais na Honda Brasil. Todas essas atividades visam o cumprimento da lei e demonstram o compromisso da Honda com as partes interessadas.

## Código de Conduta \GRI 102-17\

Para garantir e direcionar a conformidade das operações da Honda, o Código de Conduta da empresa segue um padrão global, é guiado por valores éticos e possui diretrizes claras para os processos exigidos e o comportamento esperado dos colaboradores.

Até 2025, o treinamento do Código de Conduta já contemplou 9.480 colaboradores ativos em todas as unidades de negócio da América do Sul. Além disso, durante o ano de 2025, foram realizados comunicados sobre o Código de Conduta para os colaboradores operacionais, reforçando a conduta esperada de todos.

Esse código também determina uma série de políticas corporativas responsáveis pelo combate a condutas ilegais, como trabalho em situação análoga à escravidão, prevenção à lavagem de dinheiro e fraudes, corrupção e práticas que violem a lei de defesa da concorrência.

O Código de Conduta encontra-se disponível a toda a sociedade por meio do site oficial da Honda.

## Política de Prevenção ao Suborno e Corrupção

[GRI 103-2, 103-3/205]

A Política de Prevenção ao Suborno e Corrupção determina o posicionamento da companhia sobre a ética nos negócios.

Além da prevenção à corrupção com entes públicos, a Política Global de Prevenção ao Suborno e Corrupção da Honda inclui em seu escopo diretrizes para prevenir práticas de suborno e corrupção nas relações da Honda com seus parceiros de negócio.

Internamente, a Honda difunde as diretrizes contidas na Política de Prevenção à Corrupção por meio de treinamentos e comunicados. Até 2025, 2.856 colaboradores ativos realizaram o treinamento de prevenção às práticas de suborno e corrupção. Além disso, a Política está disponível para consulta de todos os colaboradores de todas as unidades da América do Sul na intranet ou em diretórios próprios para acesso ao público interno.



**A Política de Prevenção ao Suborno e Corrupção determina o posicionamento da companhia sobre a ética nos negócios**

A aplicação das diretrizes estabelecidas na Política de Prevenção ao Suborno e Corrupção são avaliadas anualmente, por meio dos processos de controles internos certificados por meio das metodologias de atendimento à lei Sarbanes-Oxley e questionário de autoavaliação aplicado aos gestores.

Com o objetivo de prevenir e evitar que os produtos oferecidos pela Honda sejam utilizados para fins de lavagem de dinheiro, financiamento ao terrorismo ou ocultação de bens, a Honda atualizou em 2022 sua Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo (PLD/FT).

Foram estabelecidos procedimentos a serem executados para identificar, qualificar e desenvolver uma abordagem de monitoramento nas operações que envolvam maior risco de lavagem de dinheiro. A difusão do conteúdo desta política foi realizada por meio de treinamento disponibilizado na plataforma on-line de educação.



**A Honda busca fortalecer a cultura de combate às atividades anticompetitivas por meio da divulgação da Política em todas as unidades de negócio**

## Combate às Práticas Anticompetitivas

\GRI 205-2\

Sobre o combate às Práticas Anticompetitivas, a Honda possui a Política de Defesa da Concorrência, que define medidas de prevenção a infrações contra a ordem econômica que envolvam as operações, práticas comerciais e interações com parceiros de negócios e/ou concorrentes, diretamente ou por meio de entidades de classe.

Complementarmente, a companhia busca fortalecer a cultura de combate às atividades anticompetitivas por meio da divulgação da Política de Defesa da Concorrência em todas as unidades de negócio.

Anualmente, é realizado um levantamento para identificar as áreas participantes de reuniões de entidades de classe, com o intuito de realizar treinamento de conscientização sobre a

Política de Defesa da Concorrência. Com isso, os colaboradores participantes das reuniões de entidade de classe realizaram o treinamento e estão devidamente orientados quanto às práticas a serem adotadas e às ações que podem configurar condutas lesivas à concorrência.

A Honda também considera de grande importância o fortalecimento das relações com consumidores, colaboradores, parceiros e comunidade, buscando manter relações de responsabilidade e confiança para ser uma empresa cuja existência seja desejada pela sociedade.

Todas as normas e políticas mencionadas estão disponíveis para consulta por todos os colaboradores no portal interno.

# 07

# Relatório de Desempenho

- MEIO AMBIENTE

- SEGURANÇA

- QUALIDADE

- PESSOAS

- MOBILIDADE

- E INOVAÇÃO

# Meio Ambiente

Minimizar os impactos ambientais de sua atuação, criando produtos cada vez mais amigáveis ao meio ambiente e revisando as atividades corporativas. Essa é a premissa da Honda e é com base nela que a empresa tem norteado sua atuação.

Em sua visão de longo prazo, a criação de uma sociedade livre das emissões de carbono é uma das diretrizes centrais da estratégia para a sustentabilidade da empresa, que tem como meta atingir a neutralidade de carbono em todos os produtos e operações corporativas até 2050. Todas as filiais da Honda no mundo possuem o compromisso com essa diretriz.

Para o atingimento dessa meta, a empresa vem atuando sob o conceito Tripla Ação para Zero, com foco em três áreas:

**NEUTRALIDADE DE CARBONO: Emissões de CO<sub>2</sub>, Zero emissões até 2050.** Para endereçar as questões que envolvem a mudança climática, a Honda trabalha em direção à meta de limitar o aumento da temperatura média global a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais, existentes antes da Revolução Industrial, reduzindo as emissões de carbono das atividades corporativas e ao longo do ciclo de vida do produto.

**ENERGIA LIMPA: 100% de utilização de energia livre de carbono até 2050.** Para abordar as questões de energia, a Honda irá um passo além de sua iniciativa convencional de reduzir o risco de energia e pretende usar energia limpa tanto durante o uso do produto quanto nas atividades corporativas.

**CIRCULAÇÃO DE RECURSOS: 100% de uso de materiais sustentáveis até 2050.** Para abordar a utilização efetiva de recursos, a Honda busca desenvolver produtos e estabelecer sistemas que utilizem materiais sustentáveis, sem impacto ambiental. Nas atividades corporativas, o objetivo é alcançar zero captação de água industrial e zero geração de resíduos industriais nas fábricas da Honda até 2050.



# Emissões

\GRI 103-2, 103-3/305\

Conforme mencionado, a Honda declarou a meta global de atingir a neutralidade de carbono em seus produtos e atividades corporativas até 2050. Esse compromisso direciona a definição de metas em atividades produtivas, corporativas e nos níveis de emissões dos produtos e serviços.

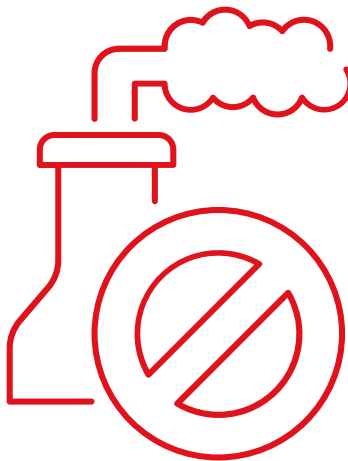
A melhoria do desempenho ambiental dos produtos da marca é uma das iniciativas centrais para concretização da visão de uma sociedade livre das emissões de carbono.

Mundialmente, a Honda vem investindo para aprimorar o desempenho ambiental dos motores à combustão bem como para desenvolver e comercializar novos modelos com tecnologias de propulsores eletrificados como os veículos elétricos à bateria (BEV), híbridos (HEV) e à célula de hidrogênio (FCEV).

A política da Honda é adotar a tecnologia certa, no local certo e no momento certo. Desse modo, a empresa decide pela implementação do tipo de motorização mais adequada a cada região considerando as diferenças nas políticas públicas e regulamentações, na matriz energética, na infraestrutura disponível e nas características do mercado consumidor.

No Brasil, a Honda segue aprimorando o desempenho ambiental de sua linha de produtos, tanto no segmento de motocicletas quanto no de automóveis.

Como parte dessa estratégia, a empresa pretende introduzir sua exclusiva tecnologia híbrida flex no mercado brasileiro em sua linha de automóveis, reforçando seu compromisso com a evolução tecnológica de seus produtos e com a transição para uma economia de baixo carbono.



O compromisso com a neutralidade de carbono orienta o desenvolvimento de tecnologias e produtos da Honda



## Eletrificação

Reforçando seu compromisso com tecnologia e sustentabilidade, a Honda apresenta no Brasil um portfólio de automóveis híbridos representado pelo Civic Advanced Hybrid, Accord Advanced Hybrid e CR-V Advanced Hybrid, modelos referências em seus respectivos segmentos. Os veículos combinam segurança, alta tecnologia, desempenho e eficiência, proporcionando uma experiência de condução elétrica e sustentável.

A tecnologia híbrida da Honda embarcadas nesses modelos, e:HEV, conta com um sistema único composto por dois motores elétricos (um gerador

e outro de propulsão) e um motor à combustão, proporcionando três modos possíveis de operação: o elétrico, o híbrido e à combustão. O sistema seleciona automaticamente o modo mais adequado, garantindo a melhor relação entre desempenho e eficiência energética, de acordo com as condições de condução.

Alinhado aos esforços da empresa em atingir a neutralidade de carbono, um dos objetivos do investimento de R\$ 4,2 bilhões anunciado em 2024 é introduzir a exclusiva tecnologia e:HEV flex no mercado brasileiro, tendo em vista que o etanol é um combustível de fonte natural, renovável e disponível em larga escala no Brasil.

## Materiais sustentáveis em motocicletas

Como parte do compromisso da Honda com a redução do impacto ambiental ao longo de todo o ciclo de vida de seus produtos, a empresa vem ampliando a aplicação de materiais de menor impacto em sua linha de motocicletas. Um exemplo concreto é a adoção do Durabio™ em componentes de quatro modelos no Brasil: CRF1100L Africa Twin, NC750X, XL750 Transalp e X-ADV.



Nos modelos CRF1100L Africa Twin e XL750 Transalp, o para-brisa é produzido com Durabio™, uma alternativa sustentável que garante alta transparência. Na NC750X e X-ADV 2026, além do para-brisa, o material também é incorporado na carenagem, além de outros componentes, reforçando a evolução dos produtos não apenas em tecnologia e design, mas também em soluções voltadas à sustentabilidade.

O Durabio™ é uma resina de policarbonato derivada de biomassa, aplicado pela Honda em partes como carenagens e para-brisas, podendo substituir materiais convencionais.

**Compromisso com a inovação contínua  
para a redução do impacto ambiental**

## Tecnologia flex em motocicletas

A constante evolução técnica da motocicleta evidencia a filosofia de respeito ao meio ambiente, e um exemplo digno de nota é a tecnologia FlexOne. Uma iniciativa inédita no setor, mundialmente, que permitiu às motocicletas usarem gasolina e/ou etanol em qualquer proporção, preservando características de funcionamento e durabilidade de referência.

A Honda foi pioneira em apresentar ao mercado essa inovação tecnológica, que teve uma excelente aceitação dos brasileiros.

A tecnologia FlexOne foi desenvolvida especialmente para o mercado brasileiro e introduzida no país com a CG 150 Titan Mix. Atualmente, está presente em nove motocicletas do line up: Biz125, CB300F Twister, CG160 Titan, CG160 Fan, CG160 Cargo, NXR160 Bros, XRE190, XRE300 Sahara e XR300L Tornado, que representam mais de 65% do volume produzido anualmente.

Desde 2009, quando a tecnologia foi implantada, mais de 10,5 milhões de unidades FlexOne já saíram da linha de produção da fábrica de Manaus (AM).

No começo dos anos 2000, a efetivação do Programa de Controle da Poluição do Ar por Motociclos e Veículos Similares (Promot) estabeleceu metas para redução das emissões de poluentes, o que resultou em progressivo alinhamento aos mais rígidos padrões internacionais.

A quinta fase do Promot, que está vigente no mercado brasileiro, visa a equiparação à norma Euro 5, passo definitivo para a integração da motocicleta nacional às cadeias globais de comércio. Neste sentido, a Moto Honda está alinhada às recomendações e diretrizes da norma para redução das emissões de poluentes. O etanol é um combustível de fonte natural, renovável e disponível em grande escala no Brasil, além disso, durante seu crescimento, a cana-de-açúcar absorve da atmosfera o dióxido de carbono necessário para o processo de fotossíntese.

**Mais de 10 milhões de unidades FlexOne foram produzidas pela Honda desde 2009**



Fontes limpas

Seguindo a diretriz global da Honda Motor, as unidades Honda América do Sul possuem como meta trabalhar na redução do consumo efetivo de energia elétrica e analisar a possibilidade de diversificação das fontes de energia.

Anualmente, a Honda desenvolve iniciativas voltadas à redução das emissões de CO<sub>2</sub> em suas operações. Nesse contexto, observa-se uma redução significativa das emissões associadas ao consumo de energia elétrica e de combustíveis (diesel, gasolina, GLP, gás natural e etanol), como resultado da implementação de projetos estruturados de eficiência energética e da transição para fontes mais limpas.

Destacam-se, para esse desempenho, os projetos da Moto Honda da Amazônia, que, desde abril de 2023, neutraliza 100% do consumo de energia elétrica de sua planta

por meio da aquisição de certificados I-REC de energia renovável, e da Honda Motor da Argentina, que tem ampliado o uso de energia solar tanto para a geração de eletricidade quanto para o aquecimento de água em seus processos produtivos.

Adicionalmente, estão sendo implementadas melhorias na Honda Automóveis do Brasil com a eletrificação gradual de determinados equipamentos, contribuindo para a redução das emissões de CO<sub>2</sub>, especialmente no escopo 2, considerando que a energia elétrica consumida na unidade é integralmente proveniente de fontes renováveis.

Esses avanços demonstram a efetividade das ações adotadas pela Honda na América do Sul, evidenciando uma abordagem consistente e progressiva na redução de emissões, mesmo diante do aumento do volume produtivo.



Obs. Para o cálculo deste indicador foram consideradas as metas de desenvolvimento de energias renováveis, como reduções nos consumos de energia elétrica e de combustíveis como diesel, biodiesel, gasolina, GLP, gás natural e etanol do período de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025 das unidades produtivas da Honda América do Sul.

Emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa (GEE) em tCO<sub>2</sub>e

\GRI 305-1; 305-2\

A Honda adota a metodologia internacional do GHG Protocol para quantificar, monitorar e gerenciar suas emissões de gases de efeito estufa. Anualmente, a empresa participa do Programa Brasileiro GHG Protocol, realizando a divulgação pública dos inventários de emissões das unidades no Brasil.

Em 2025, observou-se um aumento nas emissões de escopo 1 das operações da Honda na América do Sul, principalmente em função da ampliação da atividade produtiva em todas as unidades.



ESCOPO 1\*

Emissões diretas brutas de GEE (tCO<sub>2</sub>e)

2024

31.416,00 tCO<sub>2</sub>e

2025

33.000,21 tCO<sub>2</sub>e

\* As emissões diretas de GEE do escopo 1 consistem no somatório das emissões provenientes do consumo de combustíveis (diesel, gasolina, etanol, gás natural, GLP) das unidades Honda América do Sul no período de 01 janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025. A metodologia utilizada para este cálculo foi a mesma utilizada pela Ferramenta GHG Protocol/IPCC.



Os principais combustíveis responsáveis por essas emissões foram o gás natural e a gasolina, cuja soma correspondeu a aproximadamente 94% do total de emissões de escopo 1. O consumo desses combustíveis apresentou um aumento de cerca de 6% em relação a 2024, diretamente associado ao crescimento de 18% na produção de automóveis e motocicletas no mesmo período.

Apesar do crescimento absoluto das emissões, a análise do indicador de intensidade — emissões de CO<sub>2</sub> de escopo 1 por unidade produzida — evidencia ganhos de eficiência operacional, com redução de 11% (2024: 19,6 kgCO<sub>2</sub>/unidade; 2025: 17,5 kgCO<sub>2</sub>/unidade), refletindo a evolução dos processos produtivos e o aprimoramento das práticas de gestão energética.

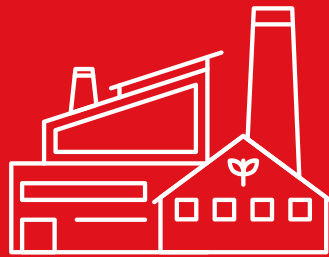
Com relação ao escopo 2, as unidades da Honda têm buscado aumentar cada vez mais a participação de fontes renováveis em sua matriz energética. Para isso, vêm implementando alternativas como a aquisição de certificados I-REC e a contratação de energia proveniente de fontes renováveis.

Como exemplo, além do parque Honda Energy, responsável pelo fornecimento de energia eólica renovável para as unidades produtivas da Honda Automóveis do Brasil e para o escritório administrativo em São Paulo, a unidade da Honda na Argentina conta com contrato de fornecimento de energia de fonte renovável, atendendo quase 100% de sua demanda elétrica. Já a Moto Honda da Amazônia, desde abril de 2023, neutraliza 100% do seu consumo de energia elétrica por meio da combinação entre a aquisição de certificados I-REC e a compra de energia renovável no mercado livre.

A Honda Selva del Peru, unidade fabril no Peru, está em processo de implementação de um sistema de geração por placas solares, com previsão de ampliação gradual de sua capacidade de geração.

Como resultado dessas iniciativas, atualmente mais de 99% da energia elétrica consumida pelas operações produtivas e administrativas da Honda na América do Sul é proveniente de fontes renováveis.

Essas e outras ações estão alinhadas à meta global da empresa de alcançar a neutralidade de carbono em todos os seus produtos e atividades corporativas até 2050.



ESCOPO 2\*\*

Emissões diretas brutas de GEE (tCO<sub>2</sub>e) - SEM compensação de i-REC

2024

8.985,70 tCO<sub>2</sub>e

2025

10.948,88 tCO<sub>2</sub>e

Emissões diretas brutas de GEE (tCO<sub>2</sub>e) - COM compensação de i-REC

2024

500,68 tCO<sub>2</sub>e

2025

701,94 tCO<sub>2</sub>e

\*\* As emissões diretas de GEE do escopo 2 consiste na soma-tória das emissões provenientes do consumo de energia elétrica das unidades Honda na América do Sul do período de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025. A metodologia utilizada para este cálculo foi a mesma utilizada pela Ferramenta GHG Protocol/IPCC.

Emissões de GEE

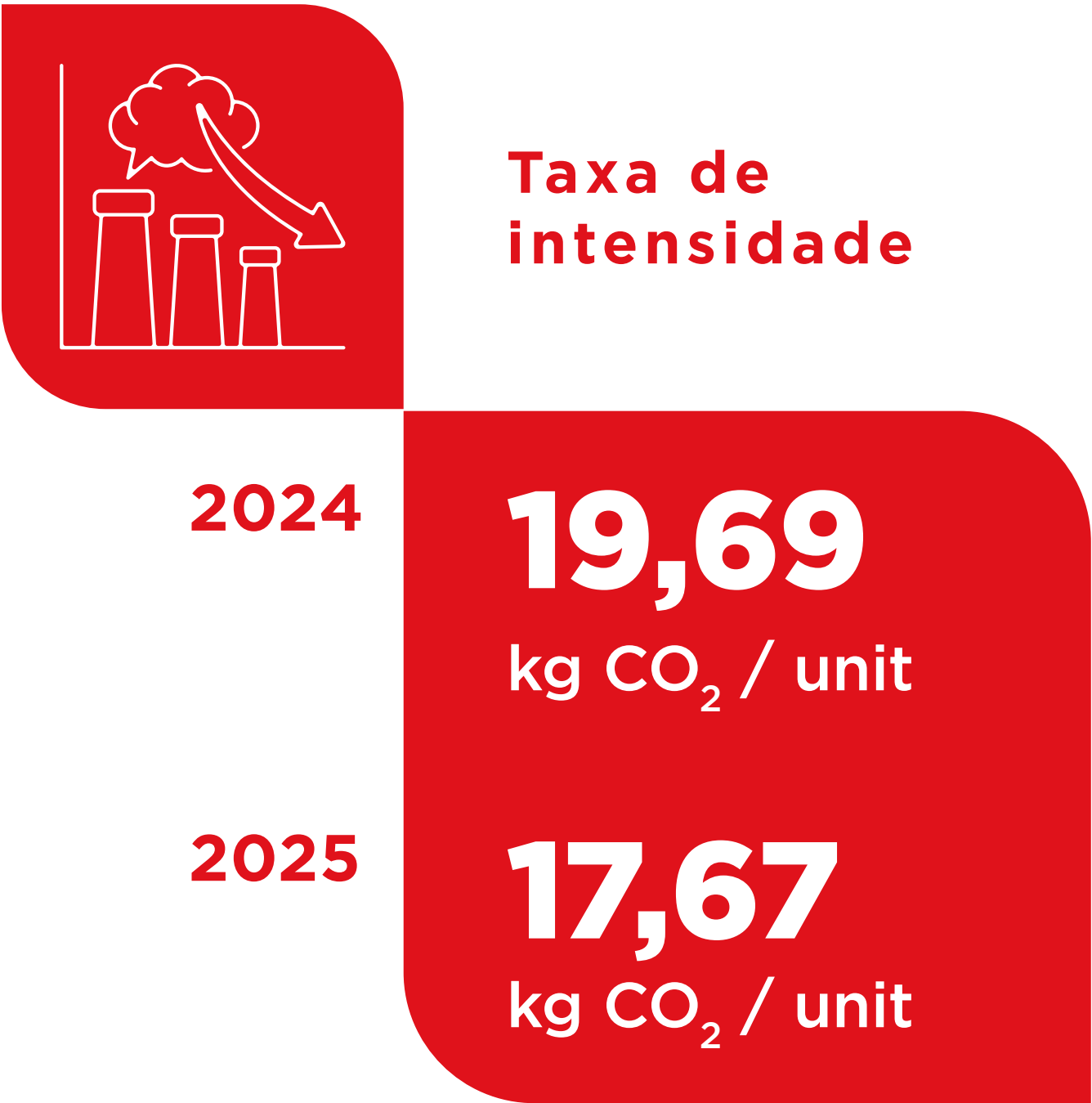
Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)

/GRI 305-4/

Para calcular a intensidade de emissões de gases de efeito estufa, realiza-se a somatória das emissões de CO<sub>2</sub> de escopo 1 e 2 das unidades fabris e divide-se o resultado pelo número de unidades produzidas na Honda América do Sul, no período de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025, nas plantas produtivas da Honda América do Sul.

A operação sul-americana está alinhada às diretrizes globais da companhia, com o objetivo de alcançar a neutralidade de carbono até 2050.

Apesar do aumento da atividade produtiva nas unidades da região em 2025, observou-se uma redução de 10% nas emissões de GEE por unidade produzida (kgCO<sub>2</sub>/unidade) em comparação a 2024. Esse resultado deve-se, principalmente, ao ganho de eficiência energética no consumo de gás natural em equipamentos da fábrica da Moto Honda da Amazônia, combustível com participação relevante nas emissões de GEE das unidades produtivas.





### **Honda Energy: energia limpa para produzir mais de um milhão de automóveis**

A Honda tem se esforçado para cumprir a meta global de atingir a neutralidade de carbono em seus produtos e atividades corporativas até 2050.

O Parque Eólico Honda Energy é um grande exemplo disso. O empreendimento foi inaugurado em novembro de 2014 e está localizado na cidade de Xangri-Lá (RS).

A operação supre toda a demanda de energia elétrica das unidades fabris de automóveis, no interior paulista, além de atender também o escritório administrativo em São Paulo (SP).

Entre janeiro e dezembro de 2025, o parque gerou mais de 83 mil MWh de energia.

Desde o início da operação, **54 mil toneladas de CO<sub>2</sub> deixaram de ser emitidas na atmosfera** e mais de **1,2 milhão de automóveis** foram produzidos pela Honda com energia elétrica limpa do parque eólico



Ecoeficiência das operações

/GRI 103-2, 103-3/302-1/

A Honda realiza avaliações periódicas de suas instalações, priorizando continuamente a implementação de melhorias, o aproveitamento da iluminação natural e a adoção de outros recursos ambientalmente adequados. Os indicadores ambientais são monitorados e analisados mensalmente pelas áreas de planejamento e gestão ambiental das fábricas. Sempre que identificado desvios significativos em relação às metas estabelecidas, análises são conduzidas com base na metodologia PDCA (Plan, Do, Check and Act), visando à identificação das causas e à definição de ações preventivas e corretivas.

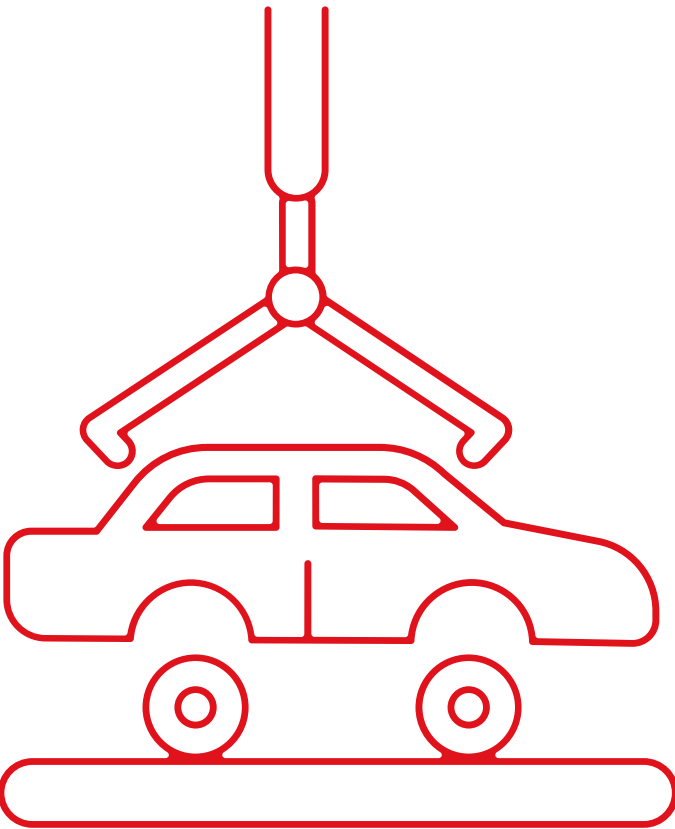
Para assegurar a padronização do reporte e da análise entre as unidades

Honda, os consumos energéticos são convertidos para Gigajoules (GJ), utilizando os fatores da Ferramenta do GHG Protocol, em conformidade com as premissas do IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) e com as diretrizes corporativas da Honda Motor.

Em 2025, apesar do crescimento de 18% na atividade produtiva, o consumo total de energia (eletricidade e combustíveis) registrou aumento de apenas 1%. Esse resultado evidencia um ganho expressivo de eficiência energética, demonstrando a efetividade das iniciativas de otimização de processos, gestão operacional e melhorias tecnológicas adotadas pelas unidades da Honda América do Sul.

|                                                   | 2024         | 2025         |
|---------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Consumo total de combustíveis não renováveis (GJ) | 543.631,51   | 567.725,23   |
| Consumo total de combustíveis renováveis (GJ)     | 13.153,15    | 9.990,01     |
| Consumo de eletricidade (GJ)                      | 984.610,09   | 973.640,32   |
| Consumo total de energia (GJ)                     | 1.541.394,75 | 1.551.355,57 |

Obs. Os valores reportados referem-se aos consumos das unidades da Honda América do Sul, no período de 1º de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025, abrangendo energia elétrica, combustíveis não renováveis (diesel, gasolina, GLP e gás natural) e combustíveis renováveis (etanol e biodiesel).



Taxa de Intensidade Energética /GRI 302-3/

A taxa de intensidade energética registrada em 2025 pelas unidades fabris da Honda foi de 0,81 GJ/unidade.

A Honda América do Sul está alinhada às diretrizes globais da companhia, com o objetivo de alcançar a neutralidade nas emissões de carbono até 2050, promovendo a redução contínua do consumo energético e a adoção de práticas cada vez mais sustentáveis.

TAXA DE INTENSIDADE ENERGÉTICA

2025  
0,81  
GJ / unit

2024  
0,95  
GJ / unit

Obs: Para o cálculo deste indicador são considerados os consumos de energia elétrica e combustíveis como: diesel, biodiesel, gasolina, etanol, GLP e gás natural, do período de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025 das unidades produtivas da Honda América do Sul (Honda Automóveis do Brasil, Moto Honda da Amazônia, Honda Motor de Argentina, Honda Selva del Peru).

Redução no consumo de energia /GRI 302-4/

Em 2025, observa-se uma redução de GJ em comparação a 2024. Para essa diminuição do consumo de energia, destacam-se as melhorias no processo produtivo de pintura na Honda Automóveis do Brasil, bem como o projeto da Honda Motor da Argentina, que promoveu avanços com a instalação de sistemas de aquecimento de água por placas solares.

Em conjunto com esse resultado, as unidades da Honda na América do Sul seguem implementando projetos que contribuem para o desempenho energético, como a substituição de equipamentos por versões mais eficientes, a realização de campanhas de conscientização e a execução de iniciativas de melhoria, entre outras ações.

Em alinhamento à diretriz global da matriz, as unidades da América do Sul têm como meta promover o uso eficiente da energia, com maior foco na utilização e geração de fontes renováveis, além da diversificação da matriz energética. As iniciativas



Obs. Para o cálculo deste indicador foram considerados os resultados dos projetos de melhoria planejados e realizados pelas fábricas dentro do período relatado. A metodologia para a construção e cálculo deste indicador é uma orientação da Honda Motor (matriz Japão).

estão voltadas, sobretudo, à redução das emissões de carbono associadas ao consumo de energia.

Atualmente, a **Honda na América do Sul conta com mais de 99% de sua energia elétrica proveniente de fontes limpas**, apoiada por iniciativas como a aquisição de energia no mercado de fontes renováveis, incluindo parques solares e compra de I-REC, além da operação do parque eólico próprio Honda Energy.

O resultado da redução consiste na somatória das reduções de todos os projetos implantados nas unidades produtivas da Honda. Base de conversão para GJ – Ferramenta GHG Protocol / IPCC.

Uso racional da água

/GRI 103-2, 103-3, 303-1/

A fim de estabelecer uma relação equilibrada com o meio ambiente e o uso dos recursos naturais, a **Honda mantém boas práticas do setor e segue todas as regulamentações aplicáveis às suas atividades.**

Com relação ao uso da água, as unidades da Honda buscam otimizar a utilização desse recurso e implementar as melhores soluções para o tratamento de efluentes.

Em 2025, o consumo de água apresentou redução, mesmo diante do aumento da atividade produtiva nas unidades da América do Sul. Destaca-se a Moto Honda da Amazônia, que, por meio de projetos de melhoria no monitoramento e da modernização de suas instalações, passou a contar com respostas mais ágeis a vazamentos e falhas, evitando desperdícios. Ao comparar o volume consumido de água com o número de unidades produzidas, observa-se uma redução significativa no consumo por unidade (2024: 1,10 m³/unidade; 2025: 0,087 m³/unidade).

Por meio de iniciativas de melhoria contínua, como o reuso de água em processos produtivos, a substituição de sistemas e a manutenção preventiva de equipamentos, a Honda reforça seu compromisso com a gestão sustentável dos recursos hídricos.

| FONTE                                                   | 2024         | 2025         |
|---------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Águas superficiais                                      | 43.800,51    | 418,94       |
| Águas subterrâneas                                      | 1.688.249,05 | 1.616.703,35 |
| Água de chuva                                           | -            | -            |
| Efluentes de outra organização                          | -            | -            |
| Abastecimento por serviços de água públicos ou privados | 21.812,30    | 22.030,02    |
| Água de reuso                                           | 1.364,24     | 1.095,16     |
| TOTAL                                                   | 1.755.226,09 | 1.640.247,46 |

Obs: Os valores reportados referem-se aos consumos das unidades Honda América do Sul no período de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025.



### Ações da Honda para preservação de nascentes e uso consciente da água

Em sua fábrica de motocicletas, em Manaus (AM), a Honda reutiliza a água da chuva nos banheiros gerando uma economia média de 800 mil litros/mês que equivale, em média, ao consumo diário de 230 pessoas.

Os lavatórios da empresa contam com torneiras de fechamento automático e redutores de vazão da água, que contribuem para a redução de cerca de 70% do consumo. Além disso, a água do processo de geração de ar comprimido é coletada em uma cisterna e reaproveitada na refrigeração de processos produtivos gerando uma economia de cerca de 700 mil litros ao ano.

## Estação de Tratamento de Efluentes da Moto Honda, em Manaus, é considerada uma das mais modernas da América Latina entre as unidades da empresa



### Estação de Tratamento de Efluentes (ETE)

Considerada uma das mais modernas da América do Sul, entre as unidades Honda, a Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) da Moto Honda da Amazônia realiza o tratamento de 1.168,49 m<sup>3</sup>/dia de efluentes, com capacidade de até 2.500m<sup>3</sup>/dia. Após a utilização da água nos processos de produção, refeitórios e sanitários, ela passa por um rigoroso processo de purificação antes de ser devolvida ao meio ambiente.

Nesse processo de tratamento, os elementos químicos da água são separados, seguindo para o tanque de tratamento biológico e se juntam ao lodo ativado, que é resultante do tratamento para a destruição de poluentes orgânicos. Em seguida, a água que passou pelo processo de desinfecção é direcionada para a lagoa de estabilização.

### Estação de Tratamento de Efluente Oleosos - ETEOleosos - ETEO

Em 2024, após estudos de viabilidade e conclusão dos projetos, foi realizada a construção da ETEO (Estação de Tratamento de Efluente Oleosos) na fábrica de motocicletas, em Manaus, para realizar o tratamento por meio do processo de bateladas do efluente de emulsão dos processos de fundição e usinagem de peças, realiza o tratamento de 45,24 m<sup>3</sup>/dia, com uma capacidade de 80 m<sup>3</sup>/dia.

Nesse processo de tratamento, a emulsão é separada do óleo e os elementos químicos da água são tratados, seguindo para o tanque de tratamento biológico e se juntam ao lodo ativado, que é resultante do tratamento para a destruição de poluentes orgânicos. Em seguida, a água que passou pelo processo de desinfecção é direcionada para a lagoa de estabilização.

Parte do efluente final tratado disponível na lagoa de estabilização é reutilizado na irrigação de jardins, nos processos industriais de limpeza de peças e limpeza da estação; e a outra parte é devolvida para a natureza, contribuindo com a preservação do ecossistema de igarapés.

## Gestão de resíduos e reciclagem

/GRI 103-2, 103-3, 306; 306-2/

A Honda aplica em todas as suas operações o conceito dos 3Rs: Reduzir, Reutilizar e Reciclar. Dessa forma, a empresa gerencia os resíduos provenientes das suas atividades e concentra esforços no aprimoramento dos processos produtivos com o desenvolvimento de novas tecnologias voltadas para a redução, reutilização e reciclagem.

**Observa-se uma redução na geração total de resíduos em comparação a 2024, refletindo o aprimoramento das práticas de gestão nas unidades. Destaca-se, ainda, a diminuição de 4% na geração de resíduos por unidade produzida na América do Sul, evidenciando ganhos de eficiência operacional e maior controle dos processos.**

Vale ressaltar que as unidades da Moto Honda da Amazônia e da Honda Automóveis do Brasil (Sumaré/SP e Itirapina/SP) já operam com o status de aterro zero. Além disso, verifica-se a predominância de destinações mais sustentáveis, com cerca de

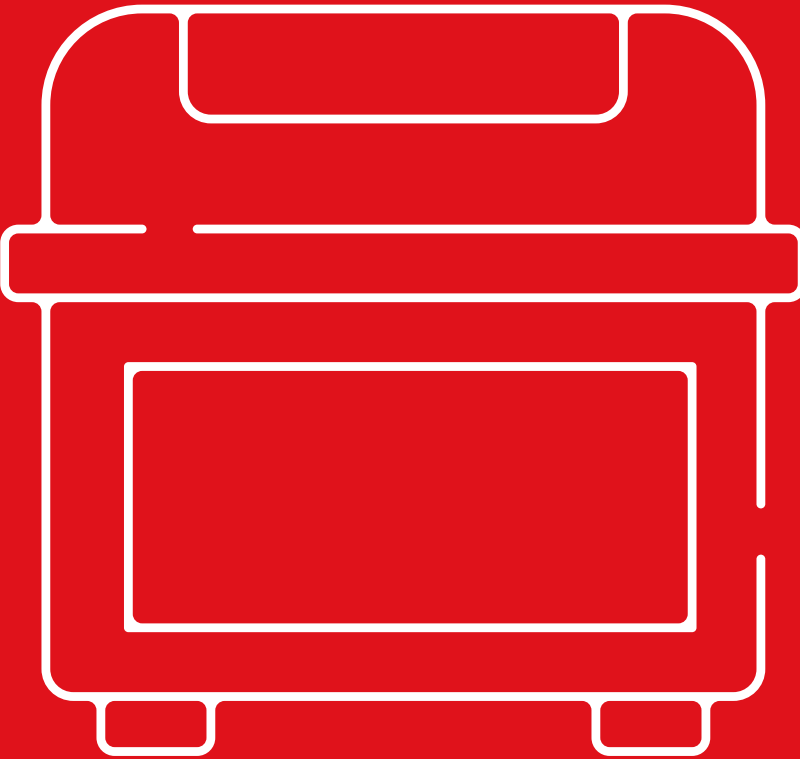
80% dos resíduos direcionados à reciclagem, complementadas por práticas de coprocessamento e compostagem. Esse desempenho fortalece o conceito de “Circulação de Recursos”, um dos pilares da iniciativa global Tripla Ação para o Zero.

Em todas as unidades da América do Sul, são promovidas ações estruturadas, como a coleta seletiva, o desenvolvimento de projetos voltados à redução e eliminação de

resíduos na fonte e o aprimoramento contínuo da gestão de resíduos nos processos produtivos.

Em alinhamento às diretrizes globais da Honda, a gestão de resíduos segue orientada pela melhoria contínua, com foco na redução de destinações menos sustentáveis, como incineração e aterro, priorizando soluções que promovam maior valor ambiental e a circularidade dos recursos.

A Honda está comprometida em diminuir e mitigar os impactos de suas atividades no meio ambiente



| RESÍDUOS PERIGOSOS (T)                 | 2024     | 2025     |
|----------------------------------------|----------|----------|
| Reciclagem                             | 1.235,10 | 1.137,89 |
| Recuperação                            | 0        | 0        |
| Incineração                            | 3.603,73 | 3.633,80 |
| Aterro                                 | 36,00    | 109,81   |
| Outros (especificar) – incorporação    | 0        | 0        |
| Outros (especificar) – coprocessamento | 276,18   | 308,02   |

| RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS (T)             | 2024      | 2025      |
|----------------------------------------|-----------|-----------|
| Reutilização                           | 0         | 0         |
| Reciclagem                             | 47.123,54 | 44.125,08 |
| Compostagem                            | 401,99    | 398,95    |
| Incineração                            | 4.385,00  | 4.597,01  |
| Aterro                                 | 622,81    | 934,91    |
| Outros (especificar) – coprocessamento | 1.245,83  | 1.456,87  |
| Outros (especificar) – ultrafiltração  | 0         | 0         |

|              |           |           |
|--------------|-----------|-----------|
| VOLUME TOTAL | 58.930,17 | 56.702,35 |
|--------------|-----------|-----------|

## Compostagem

Nas fábricas da Honda Automóveis, em Sumaré e Itirapina, é possível transformar resto de alimento em compostagem. Por meio da Central de Compostagem Interna, mais de 400 toneladas anuais deste tipo de resíduo passam pelo processo, reduzindo também a emissão de gás carbônico da cadeia logística envolvida na coleta e destinação do resíduo orgânico.

Em 2025, **mais de 12,4 toneladas de adubo orgânico** foram produzidas pela Honda e utilizadas nas áreas verdes da empresa.

**Compostagem e cabotagem são exemplos de ações mais sustentáveis**



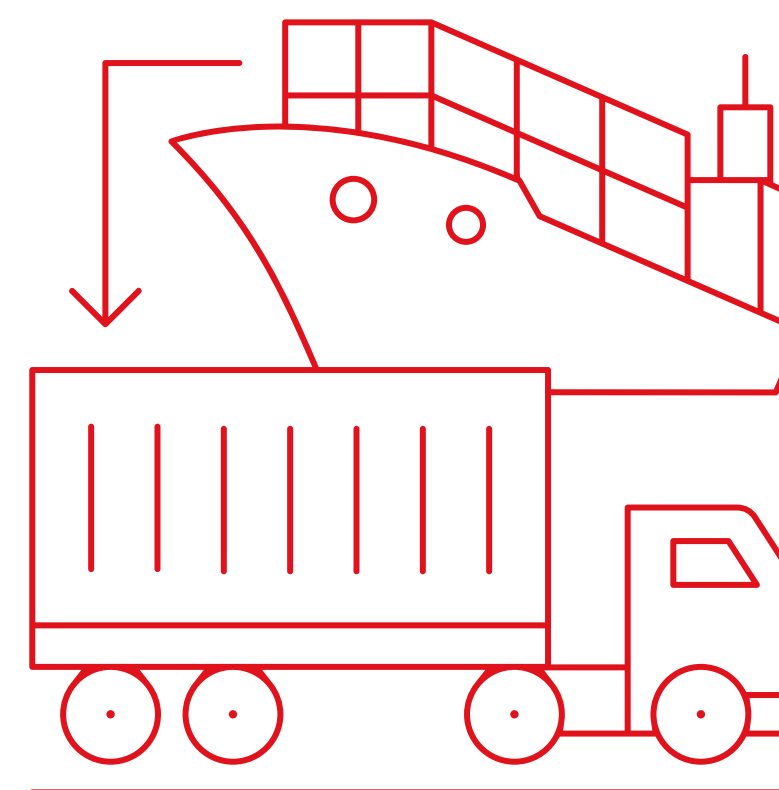
**12,4 toneladas** de adubo orgânico foram produzidas pela Honda e utilizadas nas áreas verdes da empresa



## Cabotagem

Em seu sistema logístico, a Moto Honda prioriza a utilização de modais de transportes eficientes, garantindo não apenas pontualidade e segurança, como também o menor impacto ambiental possível, desde o transporte de insumos até a fábrica em Manaus até o escoamento dos seus produtos para sua ampla rede de concessionárias.

Como exemplo, a empresa utiliza o modal de cabotagem com o principal meio de abastecimento da fábrica em Manaus. Em 2025, a Moto Honda da Amazônia transportou **3.649** contêineres de peças, insumos e racks retornáveis nesse modal, resultando em uma redução na emissão de mais de **15 mil toneladas de CO<sub>2</sub>** (em relação ao modal rodoviário, considerando a base de cálculo do GHG Protocol).



Biodiversidade /GRI 304-1/

Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN)

Para contribuir com a preservação da biodiversidade na região amazônica, a Honda se comprometeu a manter, desde 2006, uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN), localizada no perímetro urbano de Manaus (AM). Essa modalidade de conservação é parte de um compromisso voluntário em preservar a natureza e o equilíbrio do ecossistema local por meio da proteção de recursos hídricos, manejo de recursos naturais e manutenção de equilíbrios climáticos entre outras contribuições ambientais.

Considerada um fragmento florestal urbano de mata secundária, localizada às margens do Igarapé do Mindu, a reserva mantida pela Honda abriga uma grande biodiversidade de espécies da flora e da fauna amazônica em uma extensão de 16 hectares de mata, espaço que equivale a 17 campos de futebol.

**Cerca de 140 espécies florestais arbóreas são preservadas graças a essa iniciativa, entre elas a sumaúma, louro, angelim, ucuúba, além de espécies de animais nativos,** com destaque para o Sauim de Coleira, espécie ameaçada de extinção.



Projeto Agrícola

A 80 km de Manaus, no município de Rio Preto da Eva, a Honda possui uma completa estrutura para os testes de qualidade e durabilidade de suas motocicletas. De forma harmoniosa, a empresa também mantém um projeto de horticultura e reflorestamento de espécies nativas. Cerca de 80% do terreno, o equivalente a 802,38 hectares, é mantido como reserva legal, propriedade rural a ser mantida com vegetação nativa, onde são cultivadas espécies ameaçadas de extinção.

As áreas verdes e reserva legal contribui para a manutenção da biodiversidade dos ecossistemas da Amazônia Legal, com a preservação de 14 espécies da fauna classificadas em categorias de ameaça do MMA (2022) e IUCN (2024) como o Celeus flavus (Picapau-de-coleira) e a Pulsatrix perspicillata (Coruja murucututu) e 10 espécies da flora arbórea na área do projeto classificadas em categorias de ameaça como por exemplo:



Dicypellium caryophyllaceum (Cravo, pau-cravo) e Dicypellium manausense (Louropreto) assim como a presença de nascentes que contribuem para as bacias do Rio Cuieiras, bacia do Rio Preto da Eva e bacia do Igarapé Tarumã-Açu.

**O Projeto Agrícola, inaugurado em 2003, visa o plantio de árvores frutíferas, como coco, pupunha, acerola, limão, mamão e banana, além de alface e rúcula hidropônica, que abastecem os restaurantes da fábrica e entidades que cuidam de crianças e idosos carentes.**

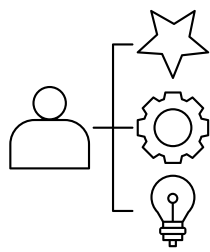
Grande parte das frutas e hortaliças cultivadas são destinados à doação para instituições sociais, complementando a alimentação saudável das pessoas, como Abrigo Moacir Alves, Casa Mamãe Margarida e Grupo de Apoio à Criança com Câncer (GACC).

Desde o início do projeto em 2003, já foram doadas mais de 144,8 toneladas de alimentos.

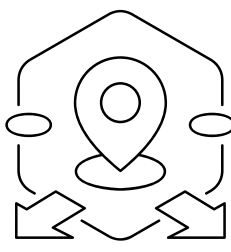
# Segurança

A segurança no trânsito é um compromisso essencial para a Honda e uma condição indispensável para a mobilidade.

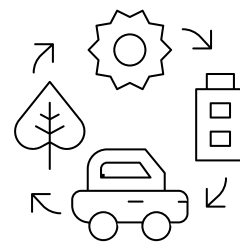
Para a Honda, as medidas de segurança contra acidentes devem combinar três elementos: Habilidade Humana (atividades de conscientização), Performance de Mobilidade (desenvolvimento tecnológico) e Ecossistema de Trânsito (colaboração com terceiros e desenvolvimento de sistemas/serviços).



HABILIDADE HUMANA



PERFORMANCE DA MOBILIDADE



ECOSSISTEMA DO TRÂNSITO

No Brasil, a atuação da marca é direcionada em duas dimensões principais. Em primeiro lugar, a empresa desenvolve tecnologias avançadas e inovadoras, aprimorado as características de seus produtos, para que eles sejam cada vez mais seguros para os clientes. No segundo pilar, estão as ações educativas e de conscientização, visando fortalecer o comportamento seguro dos principais agentes do trânsito.

## Segurança do produto

### Motocicletas

Investindo continuamente em tecnologias inovadoras para proteger os motociclistas, a Honda sempre teve um olhar focado no desenvolvimento de inovações que possam trazer mais segurança para a pilotagem. Desde a introdução do sistema de freios ABS (*Antilock Braking System*) até o desenvolvimento do primeiro airbag para motocicletas, a marca tem se esforçado para concretizar a meta global de redução de acidentes fatais envolvendo seus veículos.

No Brasil, a Honda apresentou atualizações de importantes modelos de seu lineup em 2025, reforçando seu comprometimento em atender as expectativas dos clientes e trazer evolução em design, ciclística e segurança.



### CB650R E-Clutch

A nova versão da CB650R E-Clutch une evolução no design a uma inovação exclusiva: o sistema Honda E-Clutch, que elimina o uso da alavanca da embreagem nas trocas de marcha, proporcionando maior conforto e praticidade na pilotagem.

Entre os destaques tecnológicos, o modelo conta com painel TFT colorido de 5 polegadas, inédito na linha, com excelente legibilidade mesmo sob luz solar intensa, além de comandos multifuncionais retroiluminados no lado esquerdo do guidão, permitindo operar o painel com mais praticidade e segurança. O modelo ainda oferece embreagem assistida e deslizante e controle de tração HSTC, ampliando o controle e a confiança do piloto.

## CRF1100L Africa Twin

A nova CRF1100L Africa Twin segue disponível com câmbio convencional ou DCT, ambos de seis marchas, reforçando sua proposta aventureira e versátil.

O modelo conta com sistema de iluminação full LED, com farol duplo e DRL de intensidade automática, garantindo excelente visibilidade em diferentes condições. Protetores de mão são item de série em todas as versões. Em situações de frenagem de emergência, acima de 50 km/h, o ESS (Emergency Stop Signal) aciona automaticamente os indicadores de direção dianteiros e traseiros, aumentando a segurança. Na versão Adventure Sports, o modelo conta com roda dianteira de 19 polegadas, garantindo mais agilidade e leveza para o uso touring.

Em ambas as versões, as suspensões eletrônicas Showa EERA™ ajustam-se automaticamente às condições de uso, oferecendo maior conforto em baixas velocidades e estabilidade em velocidades elevadas.



## NX 500

A nova Honda NX 500 oferece o máximo prazer em diferentes situações de pilotagem, demonstrando alta capacidade para divertir seu piloto em estradas sinuosas, trilhas leves ou no dia a dia da cidade.

A segurança, item importante para qualquer motocicleta, se revela ainda mais crucial em modelos que permitem uma ampla versatilidade de uso. Assim, a introdução do sistema HSTC – Honda Selectable Torque Control, é aspecto que eleva a Honda NX 500 a um nível superior em seu segmento.

O novo desenho do banco permite livre movimentação do condutor e facilita o acesso dos pés ao solo. A altura do assento, limitada a 834 mm facilita manobras, aspecto que também é beneficiado pela amplitude de rotação do guidão.



## NC750X

A NC750X, em sua nova versão, apresenta visual mais elegante e minimalista, com para-brisa e conjunto óptico full LED redesenhados.

A versão com câmbio convencional (MT) é equipada com embreagem assistida e deslizante, que reduz o esforço na alavanca e garante maior estabilidade em reduções bruscas. Em ambas as versões (MT ou DCT), o acelerador eletrônico Throttle By Wire (TBW) possibilita os modos de condução e o Honda Selectable Torque Control (HSTC) de três níveis, ampliando a segurança ao controlar a tração da roda traseira.

# Automóveis

No segmento de automóveis, a Honda conta com o Honda SENSING, um pacote de tecnologias avançadas de segurança e assistência ao condutor disponível em todos os veículos importados e nacionais comercializados no Brasil.

Em 2025, a marca apresentou a nova geração do WR-V, a versão Touring Sport do City Hatchback, além de atualizações nos modelos HR-V, Civic Advanced Hybrid e ZR-V. Reforçando o compromisso com a prevenção de acidentes, o novo WR-V chegou com o Honda SENSING como item de série em suas duas versões, EX e EXL, alinhando-se ao padrão de segurança já adotado pelos demais modelos da marca.

## Confira as funções do Honda SENSING:

### ACC – Controle de cruzeiro adaptativo

Auxilia o motorista a manter uma distância segura em relação ao veículo detectado à sua frente. Ele conta com o Low Speed Follow, que permite a manutenção da distância do veículo à frente mesmo em baixas velocidades.

### AHB – Ajuste automático de farol alto

Comutação noturna automática dos facho

### RDM – Sistema para mitigação de evasão de pista

Detecta a saída involuntária da pista e ajusta a direção com o objetivo de evitar acidentes.

### CMBS – Sistema de frenagem para mitigação de colisão

Aciona o freio ao detectar uma possível colisão frontal, com o objetivo de mitigar acidentes. Ele é capaz de detectar e identificar pedestres e veículos que estejam no mesmo sentido ou no sentido oposto. Bicicletas e motocicletas também podem ser detectadas pela câmera.

### LKAS – Sistema de assistência de permanência em faixa

Detecta as faixas de rodagem e ajusta a direção com o objetivo de auxiliar o motorista a manter o veículo centralizado nas linhas de marcação.



O **Honda SENSING** toma como referência imagens captadas por uma câmera de visão ampla e de longa distância, instalada na parte central e superior do para-brisa e expande a capacidade do veículo para detectar, evitar ou mitigar o risco de acidente.

## Trânsito seguro

### Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH)

A Honda acredita que a educação, combinada à tecnologia de produtos, é a chave para um futuro livre de acidentes. Assim, a empresa promove atividades de segurança no trânsito em todos os continentes onde opera, realizando ações de acordo com as características e situações de tráfego de cada país.



Esse trabalho começou na década de 1970, quando a Honda promovia atividades itinerantes pelo Brasil com foco em aperfeiçoar técnicas de pilotagem. Desde aquela época, a empresa já entendia a importância da educação na construção de um ambiente seguro no trânsito. Ao longo do tempo, as atividades foram ganhando força, junto com o apoio da rede concessionárias.



Hoje, no Brasil, há três unidades do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH), localizadas em Indaiatuba (SP), Recife (PE) e Manaus (AM), que oferecem aulas práticas e teóricas voltadas para a disseminação de conceitos de segurança no trânsito e pilotagem segura de motocicletas. Os Centros Educacionais de Trânsito Honda oferecem treinamentos e palestras, gratuitamente, a frotistas de empresas públicas e privadas, entre elas a Polícia Militar, Exército, Bombeiros, entre outros. Destacam-se também os eventos realizados em parceria com órgãos públicos em datas comemorativas, como o Maio Amarelo e a Semana Nacional do Trânsito. Nos CETHs, os treinamentos teóricos são realizados em sala e oferecem aos motociclistas informações importantes sobre pilotagem nas mais variadas situações do trânsito. No segundo momento, os alunos colocam em prática, nas pistas das unidades, o aprendizado da sala de aula.

Em 2025, mais de 5 mil pessoas foram treinadas nos cursos práticos sobre pilotagem segura e mais de 14 mil pessoas participaram das palestras do CETH.

Desde o início das atividades do CETH, em 1998, mais de 719 mil pessoas foram impactadas pela iniciativa em ações presenciais.

# Parceria com a rede de concessionárias

Com o objetivo de promover a temática do trânsito seguro para mais motociclistas, a Honda promove iniciativas com o apoio da rede de concessionárias de motocicletas de todo o país.

O projeto engaja os concessionários a realizar ações de Segurança no Trânsito, possibilitando aumentar o número de pessoas alcançadas e maximizar a conscientização e educação em prol de um trânsito mais seguro. Entre as atividades promovidas estão cursos de pilotagem segura, palestras para promover a reflexão sobre comportamento seguro

no trânsito, pit stops educativos para motociclistas, além de ações envolvendo o público infantil com o Clubinho Honda. Em 2025 foram mais de 7 mil ações de segurança no trânsito realizadas por 238 grupos de concessionárias, impactando mais de 516 mil pessoas pelo Brasil.

A rede de concessionárias é um importante pilar para a disseminação dos conceitos de segurança no trânsito, pois conta com quase 1.200 pontos de venda em todo o país que podem contribuir para promoção de atividades educativas nas cinco regiões do Brasil.



## Clubinho Honda

Os Centros Educacionais de Trânsito também oferecem atividades voltadas à educação para crianças. Trata-se do projeto “Clubinho Honda – Trânsito Amigo”, existente desde 1992 para promover atividades lúdicas que convidam crianças de 4 a 10 anos a aprender sobre segurança no trânsito, de forma leve e divertida.

Os CETHs contam também com a Cidade Mirim do Clubinho Honda em suas dependências. O espaço, aberto a eventos específicos com crianças de escolas públicas e privadas, reproduz uma cidade com a intenção de transmitir conceitos de educação no trânsito. No local, é simulada uma minicidade, com elementos como faixa de pedestre, semáforo, placas de sinalização e miniveículos elétricos para que as crianças possam aprender as principais regras de trânsito.

O Clubinho Honda atende crianças in loco em instituições e escolas públicas e privadas aumentando o alcance de participantes com relação aos conceitos de segurança viária, por meio de atividades lúdicas com vídeos e jogos, que retratam o tema. Foram realizadas 403 ações, impactando mais de 66 mil crianças.



Recall

O respeito ao indivíduo é um dos princípios que regem as operações da Honda em todo o mundo. Com base nisso, a companhia realiza suas campanhas de recall, em todo país, de forma gratuita e com o suporte de sua sólida rede de concessionárias. A empresa busca convocar os clientes para reparo com transparência e agilidade.

Mega recall de airbags Takata

O recall de airbags da empresa Takata é o maior da história da indústria automobilística no Brasil. Desde julho de 2010, a Honda vem convocando seus clientes para reparar o insuflador defeituoso do airbag Takata e, até o fechamento deste relatório, realizou 17 campanhas para recall dos insufladores de airbag Takata em automóveis e três campanhas para a motocicleta GoldWing. \GRI 103-3/416, 416-1\

Considerando as campanhas anunciadas até dezembro de 2025, há 943.361 veículos com necessidade de recall. Considerando os insufladores do lado do motorista e/ou passageiro há um total de 1.611.781 a serem substituídos.

Desse total, 1.437.543 insufladores de airbags Takata já foram reparados até dezembro de 2025. Adicionalmente, foram identificados 76.667 insufladores em veículos já sucateados, fora de circulação e temporariamente indisponíveis para reparo (como veículos furtados/roubados), o que totaliza um índice de

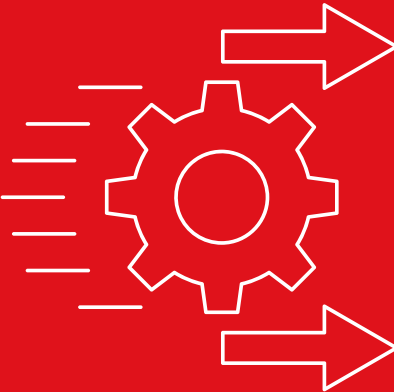
atendimento de 94,7%. Neste período a Honda possui o registro de 74 casos confirmados de ruptura anormal do insuflador de airbag Takata, disponibilizando todo o suporte aos clientes.

A Honda tem adotado uma série de medidas para ampliar a comunicação com a totalidade dos proprietários e proprietárias cujos veículos tenham alguma pendência de recall e criar a conscientização sobre a urgência do reparo.

É comum que com o passar do tempo os carros mudem de donos, mas, nem sempre os novos proprietários retornam às concessionárias para realizar as revisões e/ ou eventuais reparos periódicos, dificultando a atualização dos dados nos registros da Honda.

Nesse sentido, a Honda não mede esforços para alcançar estes clientes, por meio de campanhas e ações, como o envio de notificações digitais por meio do aplicativo CNH do Brasil, estratégias de mídia digital, presença em portais de notícias, campanhas publicitárias em rádio, plataformas de streaming e mídias sociais, além do envio de cartas personalizadas, parcerias institucionais, dentre outras iniciativas.

Consciente da gravidade do recall de insufladores de airbag da Takata, a Honda está empenhada em iniciativas de aceleração do índice de atendimento da campanha atuando em pleno acordo com a legislação vigente.



De forma recorrente, a empresa tem realizado as seguintes ações:

- Campanhas em mídias digitais
- Disponibilização de vídeos com depoimentos reais, de clientes afetados, no site da marca [www.honda.com.br/recall](http://www.honda.com.br/recall)
- Parceria com o SENATRAN para o envio de cartas aos clientes e notificação via aplicativo Carteira Digital de Trânsito, lembrando sobre a necessidade de realização do recall
- Central de Atendimento ativa e receptiva para agendamentos e dúvidas
- Divulgação de peças de comunicação em caminhões-baú
- Parceria com o Detran-SP e Sindicato de Leiloeiros do Rio de Janeiro para reparos nos pátios
- Equipe de telemarketing dedicada a ativação de clientes com reparos pendentes



**A Honda foca na satisfação dos  
clientes e qualidade dos produtos**

## Qualidade

### Em primeiro lugar, a satisfação do cliente

Oferecer produtos da mais alta qualidade a um preço justo para superar as expectativas dos clientes é um princípio fundamental que rege as operações da Honda em todo mundo. Este compromisso pode ser constatado nas palavras do próprio fundador, Soichiro Honda, que reforçava que “100% de qualidade não é aceitável. Nossos esforços são aplicados para atingir 120%.”

O conceito de qualidade total adotado pela marca incorpora todas as dimensões do negócio. A Honda acredita que o produto final só irá oferecer um valor diferenciado ao cliente se toda a operação for norteadada pelo mesmo princípio, desde o projeto, desenvolvimento, gestão da cadeia de suprimentos, produção, vendas, pós-vendas e administração. Assim, o conceito de qualidade total é também estendido à toda a cadeia, incluindo fornecedores de peças e matérias-primas, concessionárias e demais parceiros.

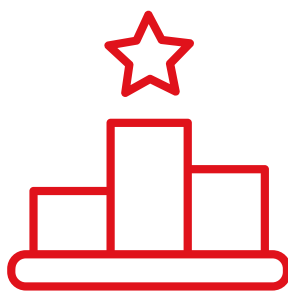
O foco na satisfação do cliente por meio da qualidade diferenciada dos produtos e serviços é um dos principais diferenciais competitivos que sustentam o valor da marca Honda no longo prazo.

## Qualidade do produto reconhecida pelo cliente

A satisfação dos clientes com os produtos comercializados no Brasil é um indicador fundamental para a avaliação sobre a qualidade e desempenho da empresa.

A Honda investe continuamente em pesquisas que permitem identificar o grau de satisfação dos clientes em relação aos produtos e serviços da marca, direcionando iniciativas voltadas ao aprimoramento contínuo e ao desenvolvimento de novas soluções.

Da mesma forma, a Honda está atenta às pesquisas, avaliações e premiações conduzidas por terceiros que permitam à empresa obter reconhecimento de suas fortalezas e pontos de melhoria.



## Prêmios

### Honda Automóveis

#### Trend Car

Na premiação realizada pelo portal Terra: Guia do Carro, o CR-V venceu na categoria SUV Premium, enquanto o New City Sedan foi premiado em Sedan e o WR-V em SUV Compacto.

#### Melhor Valor de Revenda

A Honda Automóveis foi destaque do prêmio promovido pela Quatro Rodas, vencendo em quatro categorias: Hatch Compacto Topo de Linha com o New City Hatchback; Hatch Premium com o Civic Type R; Sedã Compacto com o New City Sedan; e New HR-V como SUV Compacto Topo de Linha.

#### Menor custo de uso

No prêmio da Quatro Rodas, o New City Sedan LX foi premiado em sua categoria e o New HR-V EXL foi destaque entre os SUVs Compactos dentre os automóveis que apresentam melhor custo-benefício em relação à compra e manutenção.

#### Qual Comprar

Promovido pela Autoesporte, o prêmio destacou o New HR-V como o melhor SUV Compacto Topo de Linha.

#### Mobilidade limpa

A agência de notícias Autoinforme premiou os automóveis Honda nas seguintes categorias: Sedã Grande (Accord Advanced Hybrid), Sedã Médio (Civic Advanced Hybrid, SUV Grande (CR-V Advanced Hybrid), Hatch compacto acima de 1.0 flex (City Hatchback), Esportivo até 2.0 gasolina (Civic Type R), SUV compacto acima 1.0 gasolina / flex (HR-V) e SUV Médio acima de 1.6 gasolina (ZR-V).

### Honda Motos

#### Moto de Ouro

Promovida pela revista Motociclismo, a Honda venceu na categoria Cub, com a Biz125; Scooter, com a Honda ADV; e Naked, com a CB1000R Black Edition.

#### Moto do Ano

Na premiação realizada pela revista Quatro Rodas, a Honda conquistou o primeiro lugar nas categorias Street até 200 cc, com a CG160 Titan, e Street até 350 cc, com a CB300F Twister.

#### Moto Premium Brasil

O prêmio da revista Moto Premium concedeu a Grande Medalha de Ouro à GL1800 Gold Wing. Além do reconhecimento principal, outros quatro modelos da Honda foram premiados: ADV (Scooter até 200 cc), X-ADV (Scooter acima de 300 cc), CB500X (Crossover de 300 a 600 cc) e GL1800 Gold Wing (Custom/Cruiser acima de 1.200 cc).

#### Prêmio Mobilidade Estádio

Promovido pelo jornal O Estado de S. Paulo, o prêmio reconheceu a Honda como vencedora na categoria Melhor Moto Trail, com a XRE300 Sahara.



## Sistema de gerenciamento de qualidade

A Honda conta com um sistema global de gestão da qualidade, o G-HQS, estabelecido em abril de 2005, constituído por um conjunto de padrões fundamentais que apoiam as atividades de garantia e melhoria da qualidade em todas as operações do grupo Honda. O sistema visa garantir a qualidade não apenas nas atividades de produção, mas também nas demais áreas da empresa.

Por meio do G-HQS, a Honda define claramente os papéis e responsabilidades, padrões e indicadores para áreas de desenvolvimento, fabricação, serviços, compras e engenharia para aprimorar a qualidade dos processos e do produto continuamente.

O G-HQS sistematiza o conhecimento adquirido pela Honda, de forma independente, na fabricação de produtos de qualidade e na prevenção de problemas potenciais. Além do sistema próprio, a Honda está ainda em conformidade com os padrões de certificação ISO. Atualmente, quatro instalações da Honda na América do Sul possuem a certificação ISO 9001 (Moto Honda da Amazônia, Honda Automóveis Sumaré e Itirapina e Honda da Argentina).

**A Honda  
conta com  
um sistema  
global de  
gestão da  
qualidade**



# Pesquisa & Desenvolvimento

Para a Honda, investir em pesquisa e desenvolvimento é primordial para o processo de inovação.

Nesse sentido, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, localizado na planta de Automóveis em Sumaré (SP), atua fortemente em iniciativas para aumentar o índice de nacionalização dos componentes, em tecnologias menos nocivas ao meio ambiente e adaptadas às demandas específicas dos países da região.

Dentro dessa mesma estratégia, o Centro de Desenvolvimento e Tecnologia (CDT), localizado na planta de Manaus (AM), funciona como um polo tecnológico multidisciplinar e tem como missão fortalecer a pesquisa e a criação de soluções para necessidades do mercado sul-americano.



## Esforços aplicados para atingir 120% de qualidade

A unidade possui uma infraestrutura de avaliação de produtos, bem como um campo de provas que simula as mais variadas condições de uso das motocicletas, laboratórios de testes de motor, emissões de gases e durabilidade.

Em ambos os segmentos, os recursos e a competência técnica para pesquisa e desenvolvimento no Brasil, somados ao conhecimento global nas áreas de inovação, tecnologia, gestão de energia, robótica e inteligência artificial garantem à Honda liderar o avanço da mobilidade.

A área de pesquisa e desenvolvimento é também fundamental para garantir a qualidade dos produtos, criando desenhos e projetos que limitam a variabilidade do processo de fabricação.

Os engenheiros da Honda têm acesso a uma ampla base de conhecimento acumulado sobre procedimentos e técnicas que contribuem para evitar problemas de qualidade no desenvolvimento conjunto com os fornecedores e na produção.

## Gestão de Fornecedores

\GRI 102-9\

A Honda busca trabalhar com fornecedores reconhecidos não apenas por sua capacidade de atendimento e qualidade de produtos e serviços, mas também pela atuação ética nos âmbitos social e ambiental.

Assim, para ser parte do time de fornecedores da companhia, todas as empresas passam por um processo de seleção realizado de acordo com as diretrizes globais definidas pela sede no Japão.

O padrão Honda de seleção e gestão dos parceiros é definido pela metodologia QCDMEFS (Qualidade, Custo, Entrega, Gerenciamento, Meio Ambiente, Financeiro e Segurança, em português).

Com foco nessas dimensões são estabelecidos indicadores e processos para desenvolvimento e acompanhamento dos fornecedores, como especificações de qualidade, eficiência, atendimento, gestão ambiental, gestão de recursos humanos, entre outros.

# Quantidade de Fornecedores

\GRI 102-10\

A Honda Automóveis concluiu o ano de 2025 com 139 fornecedores de peças e matérias-primas, apresentando um leve aumento em relação ao período anterior, impulsionado pelo plano de identificação de novos parceiros.

Para a Moto Honda da Amazônia, o número de fornecedores manteve-se estável em relação ao ano anterior, totalizando 112 parceiros. O período foi marcado pelo foco no desenvolvimento dos fornecedores, com base nas premissas de QCDMEFS, com destaque para o fortalecimento da dimensão ES (Meio Ambiente e Segurança) por meio da adoção de novas metodologias de avaliação e do compartilhamento de boas práticas.

Honda  
Automóveis  
do Brasil

139

fornecedores  
de peças e  
matérias-primas

Moto Honda  
da Amazônia

112

fornecedores  
de peças e  
matérias-primas

## HCNC-S – Honda Circle Next Challenges Suppliers

Anualmente, a Honda promove um programa de desenvolvimento chamado HCNC (Honda Circle Next Challenges). Nele, colaboradores de todas as áreas e unidades são convidados a formar grupos de trabalho dedicados a identificar oportunidades, desenvolver e implantar projetos de inovação e melhorias nos processos e ambiente de trabalho como um todo.

Para incentivar os fornecedores e engajá-los em sua filosofia, a Honda desenvolveu o Honda Circle Next Challenges Suppliers (HCNC-S), que visa incentivá-los a atuarem dentro do conceito de melhoria contínua.

Na Honda Automóveis do Brasil, a iniciativa contou com a participação de 63 grupos. Destes, 10 grupos foram finalistas e participaram da cerimônia de premiação realizada em setembro de 2025. As três empresas vencedoras foram: em primeiro lugar, JSP; em segundo lugar, a J-Tekt; e em terceiro lugar, a Autokiniton.

Na Moto Honda da Amazônia, o programa teve a participação de 34 equipes de fornecedores. Entre os projetos apresentados, três tiveram foco em iniciativas ambientais, reforçando o alinhamento com as diretrizes de sustentabilidade da companhia. Ao final, quatro equipes foram reconhecidas como vencedoras, destacando-se pela excelência e inovação de suas propostas. Além disso, em continuidade ao programa de sustentabilidade da empresa, a unidade de Manaus atuou em parceria com os fornecedores e parceiros de negócios e realizou a arrecadação de mais de 95 mil itens entre produtos de limpeza e higiene pessoal para ajudar instituições de Manaus e São Paulo, fortalecendo o compromisso social da empresa com as comunidades onde atua.

## Honda Circle Next Challenges Suppliers – HCNC-S Ambiental

A Honda também aplica anualmente o programa Honda Circle Next Challenges Suppliers – HCNC-S Ambiental, cujo objetivo é incentivar seus fornecedores a eliminarem desperdícios de energia. Assim, os parceiros são estimulados a melhorarem a eficiência energética de suas máquinas e equipamentos, reduzindo o consumo de energia e, conseqüentemente, a emissão de CO<sub>2</sub>.

Em 2025, a Honda Automóveis do Brasil contou com a participação de 26 fornecedores que, juntos, deixaram de emitir 6.119 toneladas de CO<sub>2</sub> na atmosfera por meio de ações de melhoria contínua. O reconhecimento do melhor trabalho de sustentabilidade foi concedido à empresa G-KTB.



## Ações de sustentabilidade com fornecedores

Em 2025, a organização ampliou seu modelo de gestão de fornecedores, adotando uma metodologia estruturada para o acompanhamento do desempenho em compliance e ESG dos fornecedores produtivos, bem como para o monitoramento dos riscos de fornecimento. Por meio de uma plataforma global, foram avaliados critérios ambientais, sociais, éticos e de governança, fortalecendo o sistema de gerenciamento e contribuindo para a mitigação de riscos, a consolidação de práticas sustentáveis e o aumento da transparência na cadeia de fornecimento. Essa evolução possibilitou a elaboração de planos de ação conjuntos, orientados à melhoria contínua do desempenho.

Adicionalmente, foram adotadas ferramentas específicas para a mensuração e verificação das emissões de gases de efeito estufa, viabilizando o acompanhamento sistemático das metas de neutralidade de carbono e o alinhamento às diretrizes corporativas para o Triplo Zero: Neutralidade de Carbono, Circulação de Recursos e Energia limpa.

Os fornecedores da Honda  
Automóveis são signatários do  
Honda Supplier Sustainability  
Guideline desde 2022



## Qualidade no processo produtivo

Os processos produtivos da Honda são desenvolvidos empregando modernas tecnologias de fabricação, que proporcionam peças e componentes com elevado padrão de qualidade. Além disso, são aplicadas rigorosas inspeções intermediárias, utilizando altos padrões, para elevar ainda mais a qualidade dos produtos, sempre com foco no cliente.

## Centro de Qualidade de Mercado

A Honda estabeleceu uma área, o Market Quality Center (MQC), para gerenciar as informações sobre a qualidade do produto oferecido ao mercado. O MQC visa aprimorar a prevenção de problemas, bem como detectar e solucionar as ocorrências com agilidade. A área reúne informações relacionadas à qualidade dos produtos provenientes dos concessionários de todo o Brasil.

Essas informações são compartilhadas com as áreas de pesquisa e desenvolvimento, produção e gestão de fornecedores para avaliações técnicas que permitem a identificação das causas e implantação de contramedidas.

Relacionamento com clientes

A Honda tem como objetivo proporcionar ao cliente experiências positivas ao longo do tempo, em todos os pontos de contato com a marca. Desse modo, cria-se um histórico de relacionamento que possibilita ao cliente reconhecer o valor da marca, suas qualidades e diferenciais.

Nessa missão, um dos grandes pilares da Honda no Brasil é a sua ampla rede de concessionárias, composta por cerca de 210 pontos de vendas e serviços em automóveis e cerca de 1.130 em motocicletas.



A rede de concessionárias é um parceiro fundamental que compartilha da mesma cultura de orientação ao cliente, oferecendo atendimento personalizado desde o primeiro contato, experimentação do produto, negociação para a venda, prestação de serviços e implementação de estratégias de comunicação e relacionamento.

A gestão das concessionárias é acompanhada de perto pelas equipes consultivas da Honda, por meio de atualizações constantes, prestando tanto uma consultoria remota como presencial, discutindo e orientando as melhores ações conjuntas com a rede, tendo como base pesquisas de satisfação sobre o atendimento, produtos e serviços oferecidos.

Em 2025, mais de 179 mil clientes foram ouvidos e puderam expressar suas opiniões, por meio de pesquisas da área de Pós-venda, contribuindo para os processos de aprimoramento contínuo da empresa.

A capacitação dos colaboradores da rede de concessionárias é um outro fator essencial para garantir experiências positivas aos clientes. Em 2025, a Honda aplicou mais de 602.000 horas de treinamentos técnicos e comportamentais, à distância e presenciais, aos colaboradores de serviços e peças da rede.

Programa Best Quality

O programa Best Quality chegou em sua 18ª edição em 2025. A iniciativa da marca é voltada à capacitação dos técnicos, consultores e gestores de serviços e peças de sua rede de concessionárias de motocicletas e automóveis. Além da capacitação, o Programa Best Quality busca engajar e motivar os milhares de profissionais da rede concessionárias a aperfeiçoarem a sua atuação profissional com foco e dedicação à satisfação dos clientes.



A avaliação final, que reuniu 21 participantes, foi composta por testes práticos de diagnósticos em veículos, simulações de atendimentos, além de prova de conhecimento escrita.

Na primeira fase, mais de 13.500 mil participantes foram inscritos e tiveram acesso a uma plataforma de aprendizagem gamificada, com treinamentos e atividades específicas.

Essa edição ainda apresentou uma novidade: a estreia da categoria de Reparo de Carroçaria & Pintura. A iniciativa reconhece

profissionais que contribuem para a excelência do Pós-venda e reforça a tradição e evolução do programa de capacitação técnica da marca.

Desde seu lançamento em 2007, o programa já registrou a participação de mais de 157 mil colaboradores da rede de concessionárias em toda América do Sul, o que demonstra o comprometimento da marca em assegurar a alta qualidade de seu Pós-venda.

Comunicação de marketing

\GRI 417-3\

O marketing é uma área focada na geração de valor sobre o produto, serviço ou sobre a própria marca de um negócio. Ele é um método importante de comunicação entre organizações e clientes e está sujeito a leis, códigos e regulamentos.

Espera-se que uma organização utilize práticas justas e responsáveis em seus negócios e em suas relações com os clientes. O marketing justo e responsável evita quaisquer afirmações enganosas, falsas ou discriminatórias. Dessa forma, a Honda atua em conformidade às políticas e exigências legais, sendo que em 2025, assim como nos anos anteriores, não foram identificados casos de não conformidade com leis e/ou códigos voluntários.



Relacionamento Digital

Graças a uma forte estratégia de comunicação pelas vias digitais e uma plataforma própria de CRM, intitulada myHonda, a empresa e toda a sua rede de concessionárias mantêm o relacionamento com os clientes, ao longo do tempo, em todo país, sobre as mais diversas demandas.

A comunicação on-line é garantida não apenas para os atuais clientes, que já possuem histórico de relacionamento com a marca, mas também para

quem deseja adquirir pela primeira vez um produto ou serviço da Honda.

Ao fazer parte do myHonda, os clientes e fãs da marca têm acesso aos conteúdos de interesse, oportunidades e condições especiais, informações de produtos e serviços, além de gerenciarem seus dados de contato, preferências de comunicação, entre outras opções, em pleno atendimento à LGPD. Dessa forma, a Honda garante a excelência de atendimento aos clientes também no ambiente digital

Portal Pós-Venda

Com o objetivo de estender a excelência da marca para o ambiente digital, levando mais informação aos usuários de forma fácil e transparente, desde 2019, os clientes da Honda contam com novas ferramentas e funcionalidades no site de pós-venda, como consulta e agendamento de revisões.

A plataforma recebeu uma atualização em 2025 e passou a contar com uma seção dedicada a Motores e Máquinas, ampliando o acesso a conteúdos e ferramentas que tornam a experiência dos clientes mais prática, ágil e conveniente.

A Honda atua em conformidade às políticas e exigências legais em sua comunicação de marketing

Depósito de Peças

Para atender a demanda da rede de concessionárias e garantir um bom atendimento aos clientes, de norte a sul do Brasil, a Honda possui três centros de distribuição de peças de reposição para motocicletas, automóveis e motores e máquinas.

As unidades estão estrategicamente localizadas em Sumaré (SP), Jaboatão (PE) e Manaus (AM) a fim de garantir uma operação logística eficiente, com gestão de estoque e processos automatizados.

Os centros de distribuição são peças-chave na satisfação e fidelização de clientes, pois fortalecem a agilidade, a flexibilidade e o alinhamento de toda a cadeia, desde o planejamento da demanda até a entrega das peças às concessionárias e para o cliente final.

Redes Sociais

A fim de manter mais um importante canal de comunicação com o público, a Honda também está presente nas redes sociais, oferecendo atendimento e conteúdos variados sobre seus produtos e serviços. As páginas ainda trazem a apresentação de temas que constituem os pilares da marca, como segurança no trânsito, meio ambiente, esportes a motor, entre outros.

A fim de promover um ambiente saudável para o compartilhamento de ideias e opiniões nas redes sociais, a Honda conta com o Termo de Uso das Redes Sociais, que está disponível em seu site e fica visível a todos os usuários. O conteúdo traz diretrizes que mostram as políticas adotadas pela Honda em sua atuação no ambiente digital, aumentando o pilar de governança.

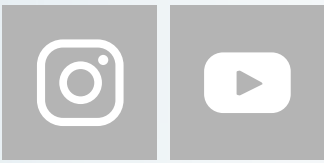
HONDA

Institucional



HONDA

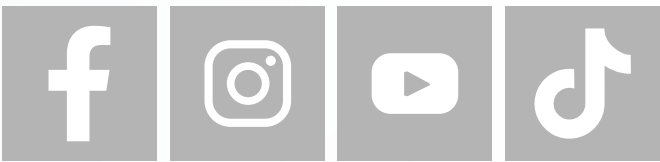
Motores e Máquinas



Honda Redrider



Automóveis



Honda RACING

Honda Racing

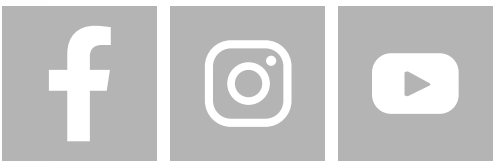


HONDA  
Banco

Banco Honda



Motos



HONDA  
Consórcio

Consórcio Honda



Acesse e confira  
[www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso](http://www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso)

# Pessoas

A Honda acredita no Poder dos Sonhos como força motriz para enfrentar desafios e empreender grandes realizações.

Assim, a empresa busca manter um ambiente de trabalho inovador, capaz de criar valores únicos à sociedade e aos clientes, onde cada colaborador pode desfrutar da verdadeira Alegria de Criar.

A política de Recursos Humanos é sustentada pela crença fundamental do respeito pelo indivíduo, que deve ser compreendido por meio de três pilares:

- 1

A valorização da iniciativa de cada colaborador para realização das ideias e aspirações;
- 2

A igualdade para que as pessoas sejam tratadas de forma justa, com chances iguais;
- 3

A confiança fundamental para o estabelecimento de relações duradoras e para a formação das equipes de trabalho.



Dados Gerais

\GRI 102-8, 103-2, 103-3/402\

Nas operações da Honda na América do Sul, havia 14.907 colaboradores permanentes e 687 não permanentes em 2025. Cada um desses profissionais pôde compartilhar de um ambiente de trabalho pautado pelo respeito ao indivíduo, que incentiva a realização e o desenvolvimento profissional no longo prazo, além de oferecer remuneração alinhada às melhores práticas de mercado.

Com base nessa filosofia, a Honda gerencia seu capital humano e constrói uma cultura corporativa que proporciona um diferencial competitivo sustentável no longo prazo.

POR REGIÃO

2024

2025

Número total de colaboradores por contrato de trabalho

(permanentes e temporários)

Norte/Nordeste – Brasil:

Temporário: 568  
Permanente: 8.528

Sul/Sudeste – Brasil:

Temporário: 83  
Permanente: 4.101

Argentina:

Temporário: 82  
Permanente: 739

Chile:

Temporário: 0  
Permanente: 71

Peru:

Temporário: 31  
Permanente: 336

Norte/Nordeste – Brasil:

Temporário: 464  
Permanente: 9.085

Sul/Sudeste – Brasil:

Temporário: 91  
Permanente: 4.513

Argentina:

Temporário: 0  
Permanente: 1005

Chile:

Temporário: 6  
Permanente: 63

Peru:

Temporário: 126  
Permanente: 241

POR GÊNERO

2024

2025

Número total de colaboradores por contrato de trabalho  
(permanentes e temporários)



683 Temporário  
11.746 Permanente



462 Temporário  
11.504 Permanente



81 Temporário  
2.029 Permanente



93 Temporário  
2.094 Permanente

Número total de colaboradores por tipo de emprego  
(tempo integral e meio período)



12.353 Tempo Integral  
76 Meio Período



11.895 Tempo Integral  
71 Meio Período



2.034 Tempo Integral  
76 Meio Período



2.113 Tempo Integral  
74 Meio Período

## Diversidade e Inclusão

\GRI 405-1\

A Honda entende o tópico de Diversidade e Inclusão como de suma importância para a sociedade, uma vez que a promoção da igualdade contribui para a estabilidade social e apoia o desenvolvimento econômico, além de proporcionar à companhia um olhar mais amplo e diversificado sobre as questões que a cercam.



## O olhar da Honda para a Diversidade

Diversidade no local de trabalho refere-se à pluralidade de características entre os colaboradores. Ela engloba o respeito e aceitação das pessoas por meio do reconhecimento das diferenças e da singularidade de cada um, podendo referir-se a gênero, raça, etnia, nacionalidade, idade, orientação sexual, deficiência, característica física, crença religiosa, perspectiva política, status social entre outros.

Um ambiente baseado na diversidade tende a ser mais estimulante e flexível o que, somado ao poder dos sonhos, ao trabalho em equipe e à iniciativa de cada colaborador, favorece a inovação e criatividade. A Honda incorpora em seus valores os princípios de Diversidade, principalmente, a partir do conceito de Respeito pelo indivíduo, presente na Filosofia Honda.

Acredita-se que cada pessoa é única e possui características próprias na forma de pensar, criar e sonhar e que esta singularidade deve ser respeitada.

Com isso, garante-se um ambiente estimulante, produtivo e positivo, onde todos podem contribuir igualmente para o sucesso da empresa e ser reconhecidos pelos seus esforços.

A Honda está comprometida em desempenhar um papel ativo na revisão de suas operações e decisões, a fim de promover a diversidade e apoiar a igualdade de oportunidades, de forma a propagar uma cultura inclusiva em toda a empresa. Esses princípios aplicam-se igualmente ao recrutamento de pessoas.

## O Respeito pelo Indivíduo é a base da Filosofia Honda

# Plano de ação para Diversidade e Inclusão

## Criação do Programa Diversidade

A Honda valoriza a prática de ações voltadas à diversidade e, portanto, criou o Programa Diversidade que contém um plano de ações para:

- Reconhecer as diferenças como fonte de fortalecimento do potencial humano, gerando valor para a organização e sociedade;
- Promover o respeito mútuo e a igualdade de oportunidades por meio de ações de conscientização, visando a efetiva aplicação da Filosofia Honda de Respeito pelo Indivíduo;
- Assegurar a promoção do princípio da igualdade de oportunidades nas áreas de Recrutamento e Seleção, Desenvolvimento de colaboradores e Gestão de Carreiras.

## DIVERSIDADE E INCLUSÃO

| CATEGORIA FUNCIONAL             | 2024                                                                                |                                                                                     | 2025                                                                                 |                                                                                       |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 |  |  |  |  |
| Head Divisão                    | 17                                                                                  | 1                                                                                   | 17                                                                                   | 0                                                                                     |
| Head Adjunto Divisão e Gerentes | 188                                                                                 | 20                                                                                  | 203                                                                                  | 22                                                                                    |
| Supervisores                    | 365                                                                                 | 78                                                                                  | 362                                                                                  | 81                                                                                    |
| Empregados - Administrativo     | 2.387                                                                               | 987                                                                                 | 2765                                                                                 | 1066                                                                                  |
| Empregados - Fábrica            | 8.867                                                                               | 973                                                                                 | 9697                                                                                 | 1267                                                                                  |

## Acompanhamento de metas e indicadores para aumentar a Equidade de Gênero em cargos de liderança

- O percentual de mulheres em cargos de liderança na América do Sul alcançou a marca de 15,9% em 2025;
- Para aumentar a diversidade e a representação feminina em cargos de liderança até 2030, a empresa busca fomentar a contratação de mulheres nos níveis iniciais de carreira, tanto no setor administrativo como operacional;
- Acompanhamento trimestral junto ao board da empresa com relação às metas de diversidade;

Em 2025, as principais iniciativas incluíram:

- Meta de contratação de 45% de mulheres em cargos de analista nas áreas administrativas no Brasil;
- Criação, em 2025, de um banco de talentos para atrair candidatas e fortalecer a formação futura de potenciais mulheres líderes;
- Estabelecimento de diretriz para recrutamento de mulheres para a fábrica de automóveis para início do segundo turno na planta de Itirapina e Sumaré, resultando em 30% de contratações femininas;
- 100% de contratação de mulheres no Programa de Trainee nos eixos de Vendas e Administração.

## Ações de conscientização e capacitação

Reforçando nosso compromisso de promover uma empresa diversa e, com base nas práticas da Filosofia Honda, foi realizado em 2025:

- Inclusão de Pessoas com Deficiência (PcD): na fábrica de automóveis, 15 pessoas com deficiência foram contratadas no projeto do segundo turno. Além disso, a fábrica de motocicletas ampliou a contratação de pessoas com deficiência para posições técnicas, resultando em 53 novas contratações, das quais 32% foram alocadas em funções técnicas. Adicionalmente, a acessibilidade aos treinamentos foi ampliada por meio de uma trilha online exclusiva com legendas e LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais) e de cursos presenciais com intérpretes, garantindo que 100% dos treinamentos de fábrica sejam acessíveis a colaboradores com deficiência auditiva;
- Conscientização: implementação de treinamento sobre vieses inconscientes para supervisores, chefes e líderes da fábrica de automóveis;
- Ação de Engajamento e Cultura de Inclusão com eventos e palestras em comemoração ao Dia Internacional da Mulher.

\* Consideram-se profissionais em cargos de liderança aqueles que exercem funções gerenciais e de confiança.

# Bem-estar e Segurança dos Colaboradores

## Saúde e Segurança Ocupacional

\GRI 103-2, 103-3/403, 403-2\

“Sem segurança não há produção.” A frase do fundador Soichiro Honda está viva até hoje, incorporada à cultura organizacional e vivenciada diariamente nas unidades da empresa. A companhia atua de forma contínua e estruturada na identificação, avaliação e controle dos riscos ocupacionais, indo além do atendimento à legislação e regulamentações vigentes, realizando investimentos constantes em tecnologias, programas preventivos e ações educativas para fortalecer cada vez mais a cultura de segurança.

Esse compromisso é sustentado pelo forte engajamento da alta administração, que apoia e disponibiliza recursos para a implementação das iniciativas e melhores práticas, reforçando a importância do cuidado com as pessoas, o respeito às normas e a construção de um ambiente organizacional pautado no bem-estar físico e mental, fazendo da Honda uma empresa que preza pela valorização da vida, honrando seu legado e a sua responsabilidade social com as gerações atuais e futuras.

A Honda promove uma série de ações focadas em **umentar a segurança** e promover a saúde do trabalhador



## Ambiente livre de acidentes e incidentes

Com o objetivo de antecipar, mitigar e eliminar os riscos potenciais associados às suas operações, a Honda mantém, ao longo dos anos, metodologias e ferramentas estruturadas para o mapeamento sistemático de todas as suas atividades, garantindo que cada situação identificada siga procedimentos e ações preventivas adequadas, reforçando a conscientização dos colaboradores quanto à importância de pensar e agir sempre com a segurança em primeiro lugar, alinhada à meta de “acidente zero”.

Como resultado desse trabalho contínuo e do forte incentivo da alta liderança, que atua como pilar fundamental para o fortalecimento da cultura de segurança, observa-se a redução consistente das taxas de frequência e gravidade de acidentes, evidenciando a eficácia das políticas de melhoria contínua, incluindo a adoção de novas tecnologias e práticas preventivas, além do cumprimento rigoroso das normas legais aplicáveis.

A empresa também reforça seu compromisso com ações voltadas à saúde mental, reconhecendo que o bem-estar físico e mental dos colaboradores é essencial para um ambiente de trabalho seguro, confortável e sustentável, promovendo iniciativas de cuidado, orientação e apoio psicossocial que contribuem para a prevenção de acidentes, o aumento do engajamento e a valorização das pessoas como parte central da gestão de Saúde e Segurança do Trabalho.

## Dentre as diversas ações, destacam-se:

**Risk Assessment:** a Honda Argentina realiza a avaliação de risco dos processos, realizado por uma equipe multidisciplinar em 52 estações de trabalho, aplicando uma metodologia corporativa para aumentar o comprometimento dos responsáveis pela segurança operacional.

**Keikoku Card:** ferramenta implementada na Honda del Peru e disponibilizada aos colaboradores para o registro de atos e condições inseguras, bem como de boas práticas de segurança, promovendo o feedback contínuo e a melhoria dos processos. No período, houve uma redução de 45% no número total de registros de atos e condições inseguras em todas as áreas produtivas.

**GAME: Transformando Vidas:** programa realizado na fábrica de Manaus com o objetivo de promover uma cultura de saúde física e mental que ultrapasse o ambiente de trabalho e acompanhe os colaboradores em seu dia a dia. A iniciativa oferece programas voltados à adoção de hábitos mais saudáveis, como alimentação equilibrada, prática de atividades físicas e regularidade do sono. Dos 98 participantes do projeto piloto, 95% apresentaram evolução significativa em seu quadro clínico de saúde.



## Um time saudável

A saúde e a segurança caminham lado a lado. Nesse contexto, a Honda desenvolve diversas iniciativas e ações voltadas à preservação da integridade de seus colaboradores.

O bem-estar emocional também é tratado como prioridade pela empresa, que oferece acompanhamento médico e psicológico a todos os colaboradores para promover o cuidado integral com a saúde, estimulando o equilíbrio físico e mental e contribuindo para um ambiente de trabalho mais saudável e acolhedor.

A fábrica da Moto Honda, em Manaus, conta também com o Ambulatório de Especialidades, que oferece acompanhamento médico e psicológico aos colaboradores, permitindo o agendamento e atendimento com diferentes especialidades, além da realização de exames de rotina, com comodidade e agilidade.

## Pesquisa de Clima

O principal indicador que reflete a qualidade da gestão dos recursos humanos na empresa é a evolução da Pesquisa de Clima anual realizada com todos os colaboradores na América do Sul. O resultado de 2025 permanece em patamar elevado, com 87% de taxa de favorabilidade, que aponta a média geral das respostas de colaboradores satisfeitos. Foi realizado um processo revisão das perguntas da pesquisa para trazer mais comparabilidade com o mercado, além de um ajuste na escala de quatro para cinco pontos, com a inclusão da opção 'neutro', aumentando a discriminação das respostas e a capacidade de identificar oportunidades de melhoria e alinhar práticas aos padrões do mercado. A pesquisa contou com a participação de 98% dos colaboradores. Os resultados da pesquisa são avaliados pela área de recursos humanos para elaboração de um plano de ação corporativo e pelos gestores para definição de ações focadas na realidade das diferentes áreas.

**87% de taxa** de favorabilidade foi atingida na pesquisa de clima 2025

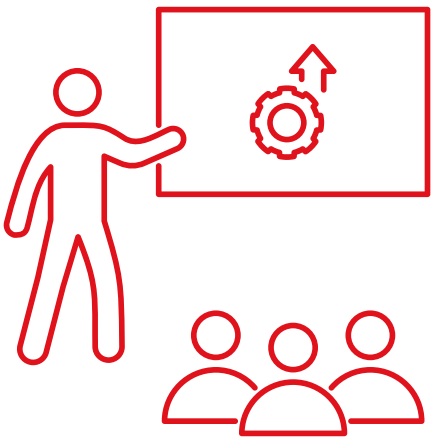
# Treinamento e capacitação

\GRI 404-1\

Ao longo do último ano, a Honda manteve um forte compromisso com o desenvolvimento contínuo dos colaboradores, promovendo um amplo portfólio de ações de treinamento e capacitação. Foram disponibilizados treinamentos presenciais, on-line e híbridos, incluindo cursos técnicos especializados, certificações, programas de liderança, trilhas de desenvolvimento, workshops, congressos e ações obrigatórias regulatórias, assegurando o cumprimento dos requisitos legais e o fortalecimento das competências organizacionais. Esse conjunto de iniciativas contribuiu para o aprimoramento das competências individuais e coletivas, o fortalecimento da cultura organizacional, o suporte à transformação digital e a preparação dos colaboradores para os desafios atuais e futuros do negócio.

Em Manaus, uma nova matriz de treinamentos foi implementada resultando em um engajamento de mais de nove mil colaboradores, com cobertura em todos os turnos de trabalho, sendo 63,5% no 1º turno e 36,5% no 2º turno. Adicionalmente houve redução de 73% dos gaps relacionados aos cursos obrigatórios, evidenciando maior aderência aos programas e efetividade das ações. Também foi implementado Plano Anual de Treinamentos Técnicos com a oferta de 47 cursos de formação básica técnica para garantir formação qualificada para a base das operações fabris.

|                                                                                                               | 2024                                                                                  |                                                                                       | 2025                                                                                  |                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| GÊNERO                                                                                                        |  |  |  |  |
| Número médio de horas de treinamento realizado pelos empregados da organização durante o período de relatório | 22,8                                                                                  | 29,3                                                                                  | 30,2                                                                                  | 36,1                                                                                  |
| CATEGORIA FUNCIONAL                                                                                           |                                                                                       |                                                                                       |                                                                                       |                                                                                       |
| Head Divisão                                                                                                  | 19,3                                                                                  | 86                                                                                    | 3,5                                                                                   | 0                                                                                     |
| Head Adjunto Divisão e Gerentes                                                                               | 31,8                                                                                  | 53,4                                                                                  | 24,6                                                                                  | 53,1                                                                                  |
| Empregados - Administrativo                                                                                   | 37,8                                                                                  | 32,7                                                                                  | 46,0                                                                                  | 43,7                                                                                  |
| Empregados - Fábrica                                                                                          | 18,0                                                                                  | 25,2                                                                                  | 25,5                                                                                  | 29,3                                                                                  |



A Honda segue atuando para **ampliar e fortalecer a oferta de cursos a seus colaboradores**, com estudos de melhoria para a **formação técnica específica das áreas, suporte à qualificação profissional, garantia de melhoria contínua dos processos**, bem como o atendimento às necessidades de **fortalecimento da liderança**

# Escola de Liderança

Com foco no desenvolvimento interno de lideranças, a Honda investe continuamente na formação de gestores capazes de inspirar, coordenar e potencializar os talentos de suas equipes. Com base na filosofia da companhia, a Escola de Liderança oferece uma grade estruturada de treinamentos, que inclui iniciativas como projetos estratégicos em grupos multidisciplinares (Cross-Functional Team), Coaching Profissional, Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e Avaliação 360°, garantindo uma formação abrangente aos colaboradores em posição de gestão.

Em 2025, mais de 100 líderes participaram dos programas de formação, incluindo o LDP (Leadership Development Program), voltado ao desenvolvimento de supervisores, e o EDP (Executive Development Program), destinado a gerentes e Heads Adjuntos. Assim como o EDP, o LDP passou a ter abrangência na América do Sul em 2025, ampliando a visão de negócio da Honda e promovendo maior integração e networking entre os participantes.



Na unidade de Manaus, 46 chefes da operação fabril concluíram o programa Fundamental de Novos Gestores (FNG), totalizando mais de 145 horas de capacitação em temas como gestão de pessoas, gestão de relacionamento e Filosofia Honda. Para o público de supervisores, a Jornada de Desenvolvimento da Supervisão (JDS) abordou conteúdos estratégicos como Organizações Infinitas, Liderança e Cultura da Inovação, preparando esses profissionais para atuar em um cenário de constantes transformações, com foco em agilidade, reinvenção contínua e visão estratégica. Temas essenciais, como práticas de feedback e prevenção ao assédio, também foram trabalhados, contribuindo para a manutenção de um ambiente de trabalho saudável e para os elevados índices de favorabilidade no clima organizacional da unidade. Ao todo, mais de 400 gestores participaram das diferentes ações ao longo do ano.

Nas unidades de Sumaré e Itirapina, foi realizado o Treinamento de Desenvolvimento de Liderança para Novos Supervisores, com carga horária de 60 horas, abordando competências como relacionamento interpessoal, comunicação, planejamento, organização, gestão do tempo, feedback, delegação e desenvolvimento de equipes. Complementarmente, o treinamento KO, voltado a chefes e líderes da operação fabril, capacitou 63 profissionais com foco no aprimoramento da gestão de pessoas e na atuação mais eficiente e assertiva, especialmente na resolução de conflitos do dia a dia.



# Programas de jovens talentos

Os programas de jovens talentos da Honda atuam como porta de entrada para profissionais em início de carreira, oferecendo um ambiente de trabalho inspirador que valoriza iniciativa, igualdade, confiança, comunicação e o desenvolvimento contínuo.

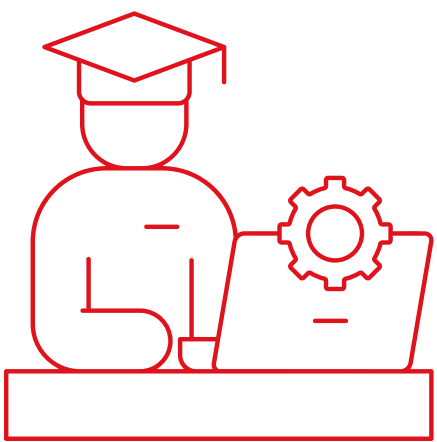
Com duração máxima de 24 meses, o Programa de Estágio é dividido em três etapas e conta com uma metodologia focada no aprendizado e na vivência prática das áreas de atuação. Além da participação em projetos e atividades, os estudantes desenvolvem propostas de melhoria relevantes, sendo acompanhados ao longo de toda a jornada por gestores e pela área de Recursos Humanos. Em outubro de 2025, foi lançado o Programa de Estágio 2026, com a oferta de 23 vagas nas cidades de São Paulo (SP), Sumaré (SP) e Recife (PE), abrangendo áreas como Recursos Humanos, Tecnologia da Informação, Comercial, Logística, Compras e Financeiro.

Na fábrica de Manaus, além de 60 vagas para estagiários de nível superior, também são oferecidas 30 vagas para nível técnico. A metodologia incentiva o desenvolvimento de projetos de melhoria, individuais

e em grupo, e promove forte interação com o genba (termo em japonês que significa “ir até o local”), estimulando a análise prática e a resolução de problemas reais. Os resultados reforçam a efetividade da iniciativa, especialmente no índice de retenção: cerca de 90% dos estagiários das turmas concluídas foram efetivados na fábrica, evidenciando o sucesso na formação e integração de novos talentos.

Nesse contexto de desenvolvimento de talentos, a Honda também realiza anualmente o Programa de Trainees, voltado a recém-formados (com até dois anos de conclusão) e com domínio da língua inglesa, provenientes de cursos como Administração, Engenharias, Tecnologia, Ciência da Computação, Estatística, Física, Marketing, Matemática e Sistemas de Informação, entre outros.

No primeiro ano, os trainees passam por três meses de job rotation nas principais áreas da empresa e, na sequência, atuam por nove meses em suas áreas de alocação, desenvolvendo também projetos em grupo voltados à melhoria



## Programas estruturados para o desenvolvimento de jovens talentos

e inovação. No segundo ano, o programa prevê a continuidade do desenvolvimento com projetos nas áreas de atuação, mentoria com gestores e uma trilha estruturada de treinamentos ao longo dos 24 meses.

Em dezembro de 2025, a Honda abriu o processo seletivo para o Programa de Trainee 2026, oferecendo 16 vagas para as unidades de São Paulo (SP) e Sumaré (SP), com oportunidades nas áreas Comercial, Tecnologia da Informação, Crédito – Dados, S&OP, Gestão de Clientes, Seguros, Tesouraria, Cobrança, Planejamento Financeiro e Auditoria.

## HCNC

Anualmente, a Filosofia Honda é celebrada por meio do programa de desenvolvimento HCNC (Honda Circle Next Challenges). A iniciativa convida colaboradores de todas as áreas e unidades a formar grupos de trabalho dedicados a identificar oportunidades, além de desenvolver e implementar projetos de inovação e melhorias nos processos e no ambiente de trabalho.

Os projetos seguem a metodologia do programa e são direcionados a diferentes verticais temáticas, como Transformação Digital, Segurança no Trânsito, Tripla Ação para o Zero e QCDMS (sigla em inglês para Quality, Cost, Delivery, Management e Safety, que correspondem a Qualidade, Custo, Entrega, Gestão e Segurança). Trata-se de uma oportunidade para que os colaboradores aprimorem conhecimentos em ferramentas da qualidade, promovam a troca de experiências e conquistem visibilidade e reconhecimento, já que os grupos destaques têm a oportunidade de participar de convenções, compartilhando suas experiências e criações. Dessa forma, a Honda valoriza o capital humano, incentivando as ideias e reconhecendo a dedicação individual em prol de um aprendizado conjunto.



Na edição 2025, participaram 9.600 colaboradores na América do Sul, formando 1.926 equipes. Como parte da iniciativa de integração entre as unidades, foi realizada a Convenção HCNC América do Sul, na cidade de Campinas (SP), sediada pela Honda Brasil, reunindo 210 colaboradores com projetos de destaque de países como Brasil, Argentina, Chile e Peru.

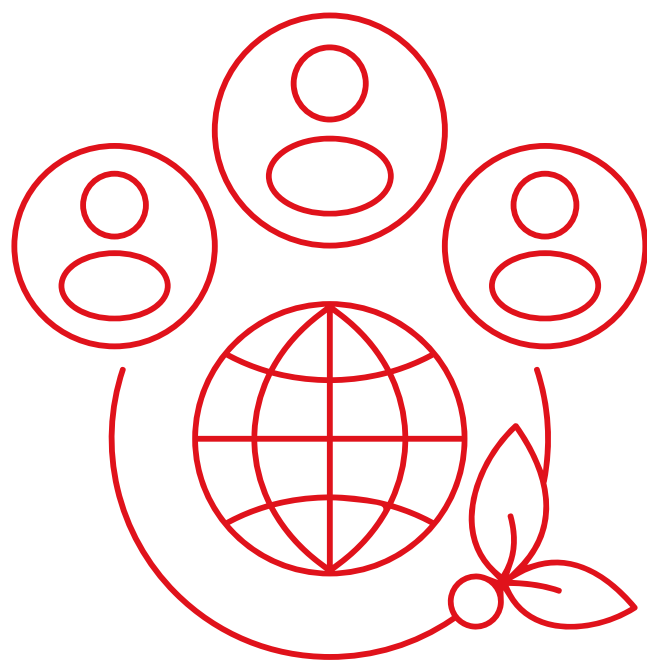
**Programa  
de melhoria  
contínua da  
Honda**

# Comunidades Locais

\GRI 103-2, 103-3/203, 203-1\

A Honda reconhece que sua missão de compartilhar alegria com as pessoas só se concretiza plenamente quando está integrada às comunidades em que atua. Desde sua fundação, a empresa mantém o compromisso de contribuir para o desenvolvimento social e econômico, oferecendo produtos e tecnologias de qualidade e promovendo iniciativas que fortalecem os vínculos com a sociedade.

A Honda estabelece princípios fundamentais e direções globais que representam sua abordagem em relação às atividades sociais. Deste modo de ser, pensar e agir da empresa, foi criado o lema Together for Tomorrow (Juntos pelo Amanhã, em português).



As ações desenvolvidas pela empresa se organizam em quatro eixos centrais:

- **Proteção ao meio ambiente**, por meio de projetos de reflorestamento, redução de resíduos e incentivo a práticas sustentáveis.
- **Educação para as futuras gerações**, com programas de capacitação, oficinas e parcerias institucionais voltadas à formação de jovens.
- **Apoio às comunidades locais**, incluindo ações de inclusão social, patrocínio a atividades culturais e esportivas e projetos voltados à melhoria da qualidade de vida.
- **Promoção de um trânsito mais seguro**, com treinamentos, palestras e campanhas de conscientização que alcançaram milhares de pessoas.

**Diversas atividades sociais são realizadas nas seis regiões das operações mundiais**

Na América do Sul, a Honda consolidou esse direcionamento por meio da Política de Ações Sociais e Patrocínios, que adapta as diretrizes globais às especificidades regionais. Essa política assegura que cada iniciativa seja relevante para o contexto local e produza impacto direto nas comunidades próximas às operações da empresa. Dessa forma, a empresa reafirma sua posição como agente ativo na transformação social, econômica e ambiental, atuando de maneira responsável e consistente para contribuir com a construção de um futuro mais justo, seguro e sustentável.

Durante o período de 1º de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025, a Honda promoveu 65 ações e projetos sociais, consolidando seu compromisso com o desenvolvimento sustentável e o fortalecimento das comunidades em que atua. O investimento total destinado a essas iniciativas foi de aproximadamente R\$ 1.253.833. Desse montante, 28% (cerca de R\$ 351.544) foram aplicados por meio de mecanismos oficiais de fomento cultural e social, como a Lei Rouanet, o PROAC e o Fundo de Incentivo ao Esporte (FIE). Essa estratégia evidencia a utilização responsável dos instrumentos de incentivo disponíveis, ampliando o alcance e a relevância das ações realizadas.



Brasil

## Incentivo à educação

\ GRI 203-1 \

Reconhecendo a importância da educação na formação individual, desde 2007 a Honda oferece o Curso de Formação de Profissionais para jovens da região de Recife (PE). A iniciativa é realizada nas instalações do seu Centro de Treinamento localizado na cidade.

Ao longo de mais de 800 horas de treinamento, os alunos participam de aulas teóricas e técnicas de manutenção de automóveis e motocicletas, com temas que envolvem metrologia, elétrica, revisões, inspeção periódica e outros.

Ainda na carga horária, visando ampliar o campo de conhecimento para esses jovens e aumentar suas chances para o mercado de trabalho, estão contemplados também módulos orientativos sobre vendas, técnicas de negociação, saúde, relações familiares, informática, meio ambiente, segurança no trânsito e a importância do trabalho voluntário.

O processo de seleção dos jovens contempla análise dos critérios como idade, escolaridade e vulnerabilidade social, além de prova escrita,

dinâmicas de grupos e visitas às famílias. Os candidatos devem ter entre 18 e 20 anos e estar cursando ou terem concluído o ensino médio.

Em 2025, uma turma de 24 estudantes da cidade do Recife (PE) teve a oportunidade de passar pelo Curso de Formação de Profissionais, totalizando mais de 365 jovens beneficiados pelo projeto desde a primeira edição. Hoje, muitos deles atuam no mercado de trabalho, em diferentes funções, alguns deles iniciando a carreira profissional na rede de concessionárias Honda.

Em Sumaré (SP), foi realizada a 3ª turma do curso, que já beneficiou mais de 50 jovens da região do interior de São Paulo desde 2023, quando o projeto foi iniciado na cidade.

O Curso de Formação de Profissionais conta com o engajamento e dedicação de profissionais da Honda, das mais diversas áreas de atuação, que agregam conhecimento ao projeto por meio de suas experiências e vivências profissionais, de forma voluntária.





Brasil



Projeto Social Sakura Women

Lançado em 2025 na unidade de Manaus, o Projeto Social Sakura Women é um programa de capacitação voltado ao desenvolvimento de jovens mulheres em situação de vulnerabilidade social, com idades entre 18 e 26 anos. A iniciativa nasce do compromisso da companhia em contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde atua, promovendo inclusão social e ampliando o acesso ao mercado de trabalho formal.

Com duração de oito meses, o programa combina formação técnica para o ambiente industrial com o desenvolvimento de competências comportamentais e socioemocionais, incluindo temas como segurança, qualidade, ética, educação

financeira e empregabilidade. A metodologia inclui ainda acompanhamento próximo das participantes e atuação voluntária de colaboradores Honda como instrutores, fortalecendo o engajamento interno e o impacto social da iniciativa.

Em sua primeira edição, o Sakura Women contou com mais de 2 mil inscrições, resultando na seleção de 30 participantes, apoiadas por 52 instrutores voluntários. Ao final do ciclo, as alunas podem ser direcionadas a oportunidades de contratação na própria Honda ou em empresas parceiras, reforçando o objetivo de gerar autonomia financeira, aumento da autoestima e perspectivas concretas de futuro.

Oficina Semear

O projeto, promovida pela fábrica de automóveis de Itirapina, tem como objetivo fortalecer a integração entre a comunidade e a Honda, promovendo o aprendizado sobre sustentabilidade de forma lúdica entre alunos de 5 a 12 anos de cinco escolas públicas da cidade.

Um dos destaques da ação em 2025 foi a criação dos Super-Heróis do Meio Ambiente, personagens ilustrados pelos próprios

estudantes, representando valores como preservação das florestas, das águas, dos animais, reciclagem e energia limpa. Os personagens ganharam vida durante o evento, estimulando o engajamento e o espírito de equipe.

Na última edição, o evento impactou cerca de 650 pessoas, contou com 70 voluntários da Honda e envolveu diretamente 280 crianças. A iniciativa também incluiu a doação de 456 livros infantis com temática ambiental.





Brasil

## Oficina da Solidariedade

Visando impactar positivamente a comunidade local, a Honda Automóveis realiza o projeto Oficina da Solidariedade. A ação tem como objetivo arrecadar de itens como brinquedos, roupas, material escolar para a montagem de kits de Natal.

Em 2025, 953 crianças e adolescentes foram beneficiados, pertencentes a instituições sociais localizadas na cidade de Sumaré (SP), no entorno da Honda.



## Sou Voluntário Honda

A Honda acredita que ações de união e solidariedade trazem satisfação e espalham alegria. Por isso, em 2021 foi criado o grupo “Sou Voluntário Honda”, que conta com a participação de mais de 800 colaboradores da fábrica de Manaus. Os voluntários contribuem com a doação de alimentos, montagem e entrega de cestas básicas.

Em 2025, os voluntários arrecadaram toneladas de alimentos, além das doações complementares da empresa. Cerca de 149 toneladas de mantimentos e mais de dois mil brinquedos foram doados em 23 comunidades, beneficiando milhares de famílias.



## GomiZero – Resíduo Zero

O projeto é uma iniciativa voluntária da Honda voltada à preservação ambiental, que mobiliza colaboradores em ações práticas de limpeza e conscientização nas comunidades próximas às suas operações. A iniciativa reforça o compromisso da empresa com a sustentabilidade e estimula o engajamento coletivo na construção de uma cultura mais responsável e ambientalmente consciente.

Em 2025, a fábrica de Manaus realizou a 2ª edição do projeto, reunindo cerca de 200 colaboradores voluntários. Durante a ação, foram coletadas aproximadamente 1,5 tonelada de resíduos descartados de forma irregular, com o apoio de empresas parceiras. Antes do início das atividades, os participantes receberam orientações de segurança e kits de proteção. A ação demonstrou alto impacto positivo, contribuindo para a preservação ambiental, o fortalecimento do engajamento coletivo e a promoção de práticas sustentáveis.



Pioneiros em Movimento

Voltada à promoção da segurança no trânsito, a iniciativa educativa é desenvolvida desde 2013 com base nos quatro pilares da Responsabilidade Social Corporativa (proteção ao meio ambiente, educação para as futuras gerações, atendimento às necessidades das comunidades locais e promoção de um trânsito mais seguro), tendo como foco principal a conscientização sobre mobilidade segura.

Em 2025, a ação educativa beneficiou 769 pessoas diretamente, entre crianças, educadores e membros da comunidade. Voltado a crianças de 6 a 11 anos, o programa aborda o tema do trânsito de forma inclusiva e acessível, considerando todos os atores envolvidos — pedestres, motoristas e ciclistas — e os diferentes meios de transporte.

A iniciativa tem como objetivo estimular, desde a infância, atitudes responsáveis, o respeito às regras e a empatia nos espaços públicos, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes e para a construção de um trânsito mais seguro.

Educação Sem Fronteiras

A iniciativa de capacitação em mecânica de motocicletas promovida pela Honda Argentina tem como objetivo ampliar o acesso à formação profissional, contribuindo para a geração de renda e o desenvolvimento das comunidades. O programa oferece treinamento teórico e prático, e prepara os participantes para ingressar no mercado de trabalho ou desenvolver seus próprios negócios, sempre com foco na segurança e na responsabilidade ambiental.

Ao longo do curso, os participantes adquiriram conhecimentos essenciais para atuar de forma segura e qualificada, contribuindo também para a promoção de um trânsito mais seguro. Ao todo, cerca de 80 pessoas da comunidade foram beneficiadas.



Voluntree Lima Verde

A iniciativa Voluntree Lima Verde foi desenvolvida com o objetivo de contribuir para a preservação ambiental e o enfrentamento das mudanças climáticas, destacando o papel das ações comunitárias na promoção de um ambiente mais saudável. A atividade teve como foco o plantio de árvores como forma de reduzir os níveis de CO<sub>2</sub> e fortalecer a qualidade de vida em áreas vulneráveis.

A ação foi realizada em Lima, com o plantio de 35 árvores em uma região em situação de vulnerabilidade, contando com a participação de 19 colaboradores voluntários. A iniciativa demonstrou como esforços locais podem gerar impacto positivo em escala global, reforçando o compromisso com a sustentabilidade e o bem-estar das comunidades.



Educação para Segurança no Trânsito

Com o objetivo de promover a conscientização desde a infância, a iniciativa da Honda Peru incentiva comportamentos seguros e responsáveis no trânsito. Aliada a esse propósito, o projeto também integrou uma ação solidária, reforçando o apoio às comunidades em situação de vulnerabilidade.

Realizada em setembro de 2025, em uma área vulnerável de Lima, a atividade envolveu 20 crianças, que aprenderam sobre temas essenciais como interpretação dos sinais de trânsito, travessia segura de ruas e respeito às orientações de agentes. Além disso, foram doados 120 quilos de alimentos, arrecadados com parceiros, beneficiando diretamente a comunidade local.



# Mobilidade e Inovação

A partir de sua Visão 2030, a Honda expressa o anseio de “Servir as pessoas em todo o mundo com a alegria de expandir o potencial de suas vidas” e “Liderar o avanço da mobilidade, promovendo melhorias na vida cotidiana”. Por isso, desenvolve soluções projetadas para serem benéficas para a sociedade.

A Honda definiu diretrizes específicas para concretizar a Visão 2030, o que inclui o desenvolvimento de soluções diversificadas de mobilidade.

A Honda estuda continuamente a introdução de suas tecnologias nos mercados em que atua. A empresa segue a política de oferecer a tecnologia certa, no local certo, no momento certo. E, para isso, é preciso avaliar diversos fatores como a matriz energética do país, a infraestrutura pública, as características do mercado, geográficas e o perfil do consumidor.

## Tecnologia espacial como extensão da mobilidade do futuro

A Honda, por meio de sua subsidiária Honda R&D, realizou com sucesso um teste de lançamento e pouso vertical de um foguete experimental reutilizável no Japão. O veículo atingiu cerca de 270 metros de altitude e pousou com alta precisão próximo ao ponto planejado, demonstrando tecnologias essenciais como estabilidade de voo, controle na descida e capacidade de reutilização. A Honda vê o espaço como um campo para assumir novos desafios e ampliar o potencial das pessoas. Entre as iniciativas em estudo estão sistemas de energia renovável circulante, tecnologias robóticas para uso no espaço e o desenvolvimento de foguetes reutilizáveis. Embora a pesquisa com foguetes ainda esteja em fase fundamental e não haja decisão sobre a comercialização, a Honda pretende avançar no desenvolvimento tecnológico com a meta de viabilizar um lançamento suborbital até 2029, reforçando sua visão de longo prazo de contribuir para soluções sustentáveis e para a expansão de serviços baseados em satélites.



# Soluções inclusivas para mobilidade em diferentes contextos

Com o objetivo de ampliar a liberdade e a alegria da mobilidade por meio de soluções inovadoras e centradas nas pessoas, a Honda passou a comercializar em setembro de 2025, para clientes corporativos no Japão, o UNI-ONE, um dispositivo de mobilidade pessoal que dispensa o uso das mãos. Desenvolvido com base em tecnologias de robótica da empresa, o UNI-ONE é controlado pela inclinação do corpo do usuário enquanto ele permanece sentado, permitindo deslocamento natural em todas as direções e redução do esforço físico nas pernas e na região lombar.

Posicionado como um “dispositivo de mobilidade para uso no destino”, o UNI-ONE foi projetado para ambientes como parques, aeroportos, escritórios e instalações comerciais, contribuindo para acessibilidade, produtividade e inclusão de pessoas com diferentes necessidades de mobilidade.



## Desenvolvimento de soluções diversificadas de mobilidade para o futuro



# Compromisso com a inovação sustentável na aviação

A Honda Aircraft Company tornou-se a primeira fabricante de jatos executivos superleves com turbina dupla a realizar um voo de teste do HondaJet utilizando combustível de aviação 100% sustentável (SAF). O teste foi realizado nos Estados Unidos com um modelo de produção da aeronave e marcou um avanço importante nos esforços de descarbonização da aviação executiva, realizado por uma equipe de engenharia da Honda Aircraft Company, em cooperação com a GE Honda Aero, uma joint venture entre a General Electric e a Honda responsável pelo projeto dos motores HF120 equipados no HondaJet.

A iniciativa reforça o compromisso da Honda com a redução das emissões de carbono e com a inovação tecnológica no setor aeroespacial, alinhando-se à meta global da empresa de neutralidade de carbono até 2050, além de destacar a eficiência aerodinâmica do HondaJet, reconhecido como um dos mais econômicos de sua categoria.



## Parceria estratégia para desenvolvimento de tecnologias

### Cooperação para viabilizar novas soluções em energia de célula de combustível

A Honda iniciou, em parceria com a Tokuyama Corporation e a Mitsubishi Corporation, um projeto de demonstração de uma usina de energia estacionária a células de combustível, que utiliza hidrogênio como subproduto industrial e reaproveita sistemas vindos de veículos elétricos a hidrogênio (FCEVs). A iniciativa visa fornecer energia a um data center no Japão, avaliando soluções mais sustentáveis, eficientes e economicamente viáveis para apoiar a descarbonização e a transformação verde e digital.

O projeto também reforça a trajetória da Honda no desenvolvimento de tecnologias de hidrogênio, área em que a empresa atua há mais de 30 anos, com foco na neutralidade de carbono até 2050 e na aplicação de sistemas de célula de combustível em diferentes frentes, como veículos, usinas estacionárias e máquinas de construção.

## Estratégia de Eletrificação em Motocicletas

A Honda apresentou na Europa sua primeira motocicleta elétrica, a Honda WN7, voltada ao segmento Fun. A estratégia prevê um portfólio completo, que vai de modelos para uso diário a opções de lazer, com o objetivo de consolidar a Honda também como líder em motocicletas elétricas.

Para viabilizar a adoção em larga escala, a Honda investe no ambiente de uso e carregamento, indo além do desenvolvimento de produtos. Em países como Japão, Indonésia, Tailândia e Índia, a empresa avança em soluções de baterias intercambiáveis, com destaque para o serviço Honda e:Swap, lançado na Índia, que permite a troca rápida de baterias em grandes centros urbanos, reduzindo a preocupação com autonomia. O fortalecimento do pós-venda e da manutenção, apoiado por uma extensa rede de concessionárias, também faz parte dessa estratégia.

A empresa também avança em iniciativas de economia circular, com foco na reutilização, recirculação e reciclagem de baterias. Um exemplo é a utilização do Honda Mobile Power Pack e: como fonte de energia para comunidades com fornecimento elétrico instável na Índia, em parceria com a OMC Power. Além disso, a Honda busca estruturar uma cadeia de valor orientada à reciclagem, incluindo a recuperação de metais e materiais de alto valor.



# 08

## Sumário GRI

Sumário de Conteúdo GRI Standards

/GRI 102-55 /

| STANDARD GRI                     | DISCLOSURE                                                                 | PÁGINA E/OU URL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | OMISSÃO |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| GRI 101: FUNDAMENTOS 2016        |                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
| GRI 102: Disclosures Gerais 2016 | Disclosures Gerais                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
|                                  | 102-1: Nome da organização                                                 | página 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
|                                  | 102-2: Atividades, marcas, produtos e serviços                             | página 15 e 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |
|                                  | 102-3: Localização da sede                                                 | página 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-4: Localização das operações                                           | página 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-5: Propriedade e forma jurídica                                        | Sociedade limitada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                  | 102-6: Mercados atendidos                                                  | página 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-7: Porte da organização                                                | página 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-8: Informações sobre empregados e outros trabalhadores                 | página 68 a 77                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |
|                                  | 102-9: Cadeia de fornecedores                                              | página 62                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-10: Mudanças significativas na organização e na cadeia de fornecedores | página 63                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-11: Abordagem ou princípio da precaução                                | página 32                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|                                  | 102-12: Iniciativas externas                                               | A Honda South America não é signatária de compromissos voluntários                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                  | 102-13: Participação em associações                                        | ABEEólica – Associação Brasileira de Energia Eólica   ABRACICLO – Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares   ANFAVEA/SINFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores / Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóveis e Veículos Similares   AEA -Associação Brasileira de Engenharia Automotiva   FIEAM – Federação das Indústrias do Estado do Amazonas   CIEAM – Centro da Indústria do Estado do Amazonas   AFICAM – Associação dos Fabricantes de Componentes da Amazônia   Câmara de Comércio e Indústria Nipo-Brasileira do Amazonas e São Paulo   ABIAPE – Associação Brasileira dos Investidores em Autoprodução de Energia   FIESP-CIESP- Federação das Industrias do Estado de SP – Centro das Industrias do Estado de SP   IQA -> Instituto da Qualidade Automotiva   ABIMAQ – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos   SINDIPEÇAS – Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores   SINDIENERGIA-RS – Sindicato da Indústria de Energias Renováveis do Rio Grande do Sul   CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA JAPONESA DO BRASIL |         |
|                                  | 102-14: Declaração do principal tomador de decisão                         | página 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
|                                  | 102-16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento             | página 7 a 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |

| STANDARD GRI                           | DISCLOSURE                                                             | PÁGINA E/OU URL                                                                                                             | OMISSÃO |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| GRI 101: FUNDAMENTOS 2016              |                                                                        |                                                                                                                             |         |
| GRI 102:<br>Disclosures<br>Gerais 2016 | Disclosures Gerais                                                     |                                                                                                                             |         |
|                                        | 102-17: Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética        | página 34                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-18: Estrutura de governança                                        | página 31 a 32                                                                                                              |         |
|                                        | 102-40: Lista de partes interessadas                                   | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-41: Acordos de negociação coletiva                                 | 100% dos colaboradores registrados sob regime CLT estão cobertos por acordos de classe e convenções coletivas               |         |
|                                        | 102-42: Identificação e seleção das partes interessadas                | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-43: Abordagem para o engajamento das partes interessadas           | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-44: Principais tópicos e preocupações levantados                   | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-46: Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos        | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-47: Lista de tópicos materiais                                     | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-48: Reformulações de informações                                   | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-49: Mudanças nos relatórios                                        | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-50: Período coberto pelo relatório                                 | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-51: Data do último relatório                                       | 2025                                                                                                                        |         |
|                                        | 102-52: Ciclo de emissão de relatórios                                 | anual                                                                                                                       |         |
|                                        | 102-53: Ponto de contato para perguntas sobre o relatório              | Para sugestões em relação ao conteúdo do Relatório,<br>entre em contato pelo e-mail:<br>assessoria_de_imprensa@honda.com.br |         |
|                                        | 102-54: Declaração de acordo com Standards GRI                         | página 12                                                                                                                   |         |
|                                        | 102-55: Sumário de conteúdo da GRI                                     | página 87 a 91                                                                                                              |         |
|                                        | 102-56: Verificação externa                                            | O Relatório de Sustentabilidade não é verificado externamente                                                               |         |

| STANDARD GRI                                                                    | DISCLOSURE                                                                                                                                                                                                    | PÁGINA E/OU URL        | OMISSÃO |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------|
| TÓPICOS MATERIAIS                                                               |                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| Qualidade dos Produtos e Serviços                                               |                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| GRI 103: Forma de Gestão                                                        | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                                                                                                           | página 12              |         |
|                                                                                 | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                                                                                                     | página 58 a 67         |         |
|                                                                                 | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                                                                                                           | página 58 a 67         |         |
| GRI 417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing 2016 | 417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing                                                                                                                                        | página 66              |         |
| Satisfação dos clientes                                                         |                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| GRI 103: Forma de Gestão                                                        | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                                                                                                           | página 64              |         |
| Item de controle próprio                                                        | • Clientes ouvidos em pesquisa de satisfação<br>• Pesquisas de imagem de marca e premiações públicas                                                                                                          | página 20, 24, 59 4 65 |         |
| Mobilidade e Inovação                                                           |                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| GRI 103: Forma de Gestão                                                        | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                                                                                                           | página 83              |         |
|                                                                                 | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                                                                                                     | página 83              |         |
| Item de controle próprio                                                        | • Novos lançamentos em produtos e serviços<br>• Reporte das inovações globais da marca                                                                                                                        | página 83 a 85         |         |
| Educação e Segurança no Trânsito                                                |                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| GRI 103: Forma de Gestão                                                        | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                                                                                                           | página 52 a 57         |         |
|                                                                                 | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                                                                                                     | página 52 a 57         |         |
| Item de controle próprio                                                        | • Metas e ou compromissos para promoção da segurança no trânsito<br>• Novas tecnologias nos produtos<br>• CETH pessoas impactadas<br>• Novas iniciativas (convênios)<br>• índice de atendimento recall Takata | página 52 a 57         |         |
| Emissões e Ecoeficiência operacional                                            |                                                                                                                                                                                                               |                        |         |
| Emissões                                                                        |                                                                                                                                                                                                               | página 39 a 45         |         |
| GRI 103: Forma de Gestão                                                        | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                                                                                                           | página 39 a 45         |         |
|                                                                                 | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                                                                                                     | página 39 a 45         |         |
|                                                                                 | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                                                                                                           | página 39 a 45         |         |
| GRI 305: Emissões 2016                                                          | 305-1: Emissões diretas de GEE (Escopo 1)                                                                                                                                                                     | página 43              |         |
|                                                                                 | 305-2: Emissões indiretas de GEE pela compra de energia (Escopo 2)                                                                                                                                            | página 43              |         |
|                                                                                 | 305-4: Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)                                                                                                                                                | página 44              |         |
|                                                                                 | 305-7: Emissões de NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> e outras emissões atmosféricas significativas                                                                                                            | página 44              |         |

| STANDARD GRI                         | DISCLOSURE                                                     | PÁGINA E/OU URL                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | OMISSÃO |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| TÓPICOS MATERIAIS                    |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| Emissões e Ecoeficiência operacional |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| Ecoeficiência das operações          |                                                                | página 46                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
| GRI 103: Forma de Gestão             | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites            | página 46                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                      | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                      | página 46                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                      | 103-3: Avaliação da forma de gestão                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| Energia                              |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| GRI 302-1: Energia                   | 302-1: Energia                                                 | página 46 e 47                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
|                                      | 302-3: Taxa de Intensidade Energética                          | página 46                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                      | 302-4: Redução no consumo de Energia                           | página 47                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
| Água                                 |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| GRI 103: Forma de Gestão             | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites            | página 47                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                      | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                      | página 47 e 48                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
|                                      | 103-3: Avaliação da forma de gestão                            | página 47 e 48                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
| GRI 303: Água 2016                   | 303-1: Consumo de água por fonte                               | página 47                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
| Resíduos e Reciclagem                |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| GRI 103: Forma de Gestão             | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites            | página 49 e 50                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
|                                      | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                      | página 49 e 50                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
|                                      | 103-3: Avaliação da forma de gestão                            | página 49 e 50                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
| GRI 306: Efluentes e resíduos 2016   | 306-2: Resíduos por tipo e método de disposição                | página 49                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
| Gestão de Pessoas e Diversidade      |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |
| Relações Trabalhistas                |                                                                | página 68                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
| GRI 103: Forma de Gestão             | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites            | página 68                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                      | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                      | página 68                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
|                                      | 103-3: Avaliação da forma de gestão                            | página 68                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |
| GRI 402: Relações Trabalhistas 2016  | 402-1: Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais | Nos casos de recrutamentos internos que envolvam o deslocamento de domicílio, o colaborador é informado com no mínimo 30 dias de antecedência. Na hipótese de determinação de retorno do regime de teletrabalho (work from home) para o regime presencial, o colaborador é informado com no mínimo 15 dias de antecedência. |         |

| STANDARD GRI                                                | DISCLOSURE                                                                                                                  | PÁGINA E/OU URL | OMISSÃO       |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|
| TÓPICOS MATERIAIS                                           |                                                                                                                             |                 |               |
| Gestão de Pessoas e Diversidade                             |                                                                                                                             |                 |               |
| Saúde e Segurança Ocupacional                               |                                                                                                                             |                 |               |
| GRI 103: Forma de Gestão                                    | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                         | página 72       |               |
|                                                             | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                   | página 72       |               |
|                                                             | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                         | página 72       |               |
| GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional 2016                 | 403-2: Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos,absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho | página 72 e 73  | não detalhado |
| Treinamento e Educação                                      |                                                                                                                             |                 |               |
| GRI 103: Forma de Gestão                                    | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                         | página 74 a 76  |               |
|                                                             | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                   | página 74 a 76  |               |
|                                                             | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                         | página 74 a 76  |               |
| GRI 404: Treinamento e Educação 2016                        | 404-1: Média de horas de treinamento por ano, por empregado                                                                 | página 74       |               |
| Diversidade e Inclusão                                      |                                                                                                                             |                 |               |
| GRI 103: Forma de Gestão                                    | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                         | página 70       |               |
|                                                             | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                   | página 70 e 71  |               |
|                                                             | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                         | página 70 e 71  |               |
| GRI 405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados | 405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados                                                                     | página 70 e 71  |               |
| Ética e Governança                                          |                                                                                                                             |                 |               |
| GRI 103: Forma de Gestão                                    | 103-1: Explicação do tópico material e seus limites                                                                         | página 31       |               |
|                                                             | 103-2: Forma de gestão e seus componentes                                                                                   | página 31 a 36  |               |
|                                                             | 103-3: Avaliação da forma de gestão                                                                                         | página 31 a 36  |               |
| GRI 102-16, 102-17, 205-2, 419-1                            | 102-16: Valores, princípios, normas e códigos de comportamento                                                              | página 31       |               |
|                                                             | 102-17: Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética                                                       | página 34       |               |
|                                                             | 205-2: Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção                                        | página 36       |               |
|                                                             | 419-1: Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica                                                      | página 33       |               |
|                                                             |                                                                                                                             |                 |               |

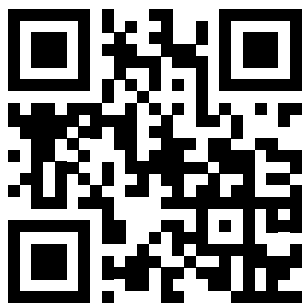
# Créditos e Informações Corporativas

A área de Comunicação Corporativa desempenha o papel de planejamento e elaboração do Relatório de Sustentabilidade da Honda.

Com a cooperação de cada área de negócio, o material é publicado após as validações e discussões sobre os conteúdos. Este relatório foi estruturado para comunicar aos públicos de interesse as iniciativas da empresa para melhorar ainda mais o seu valor corporativo e como a Honda continuará levando alegria à sociedade.

**Projeto gráfico, diagramação e infográficos**  
Magenta Lab

**Fotos e ícones**  
Acervo Honda, Unsplash, Adobe Stock e The Noun project



**Site Honda**  
[www.honda.com.br/](http://www.honda.com.br/)



**LinkedIn Honda Brasil**  
[www.linkedin.com/company/honda-brasil/](https://www.linkedin.com/company/honda-brasil/)

**HONDA**  
The Power of Dreams

**How we move you.**  
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT