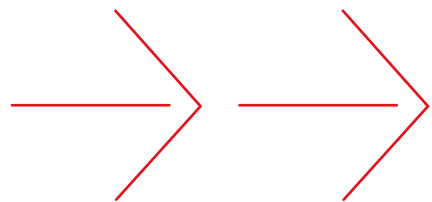
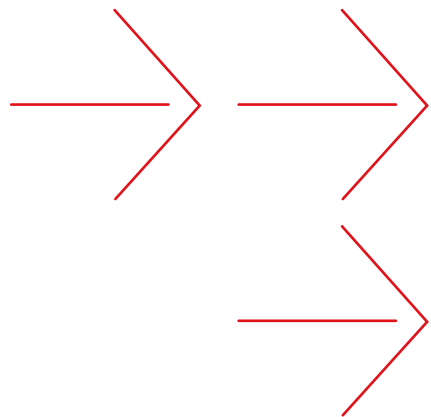


HONDA



RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2024



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 77 anos de história em 2025.

Na América do Sul, onde produz, importa e comercializa motocicletas, automóveis, quadriciclos 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.

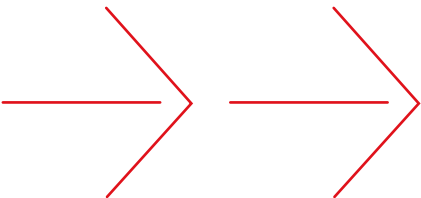
Com unidades produtivas no Brasil, Argentina e Peru, além de uma unidade importadora no Chile, a marca conta com mais de dois mil pontos de venda, o que garante a presença nas principais cidades da América do Sul.

Este relato contém informações e dados sobre as operações na América do Sul em 2024. **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.

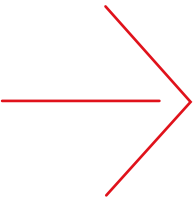
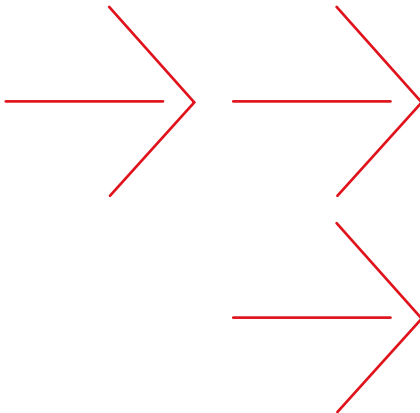
**Um sonho
nunca é
grande
demais**
Soichiro Honda





02

MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO





Na Honda, temos o compromisso de construir um futuro mais sustentável, seguro e justo para as próximas gerações. Por isso, é com grande satisfação que apresento mais uma edição do nosso Relatório de Sustentabilidade, que reúne os avanços e aprendizados de nossas operações na América do Sul.

Estamos presentes na região há mais de cinco décadas, e ao longo desse tempo, construímos uma forte operação de negócio, com fábricas, centros de pesquisa e desenvolvimento, rede de concessionárias, fornecedores e parceiros que compartilham o nosso propósito: **oferecer produtos e serviços que auxiliam a vida cotidiana e são capazes de criar valor e melhorar o dia a dia das pessoas.**

A América do Sul é uma região diversa, com muita riqueza cultural e potencial de crescimento. Aqui, a mobilidade vai além do deslocamento: ela é um instrumento de transformação. Nossos produtos – sejam motocicletas, automóveis ou produtos de força – estão diretamente ligados à realidade local, às necessidades e desejos dos sul-americanos.

Somos a maior fabricante de veículos da região, abrangendo motocicletas e automóveis. Em 2024, alcançamos resultados históricos em

produção e vendas, reflexo da confiança dos consumidores e da dedicação dos nossos milhares de colaboradores espalhados por países como Argentina, Brasil, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Venezuela, Paraguai, Peru, Uruguai. Essa força nos dá a responsabilidade de liderar o futuro rumo a soluções cada vez mais sustentáveis.

Estamos vivendo em um cenário desafiador, com mudanças climáticas cada vez mais intensas e a crescente demanda por soluções responsáveis, que exige uma atuação cada mais consciente, transparente e responsável. Essa consciência também se estende quando pensamos em segurança no trânsito: com o aumento da frota de veículos, é essencial refletir sobre estratégias com foco em redução de acidentes e possibilitar que mais pessoas tenham acesso a uma mobilidade segura.

Temos investido de forma contínua em novas tecnologias, uso de energia limpa nas operações e parcerias que estimulem o desenvolvimento sustentável para mantermos uma atitude ainda mais dinâmica e ativa

Para enfrentar as mudanças no ambiente de negócios e criar novas tecnologias e valores, vamos nos concentrar em nossa própria força:

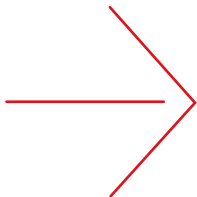
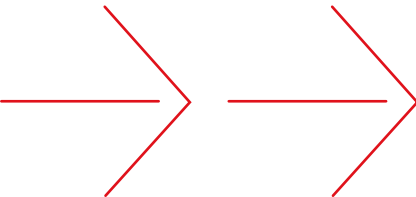
Foco na **satisfação dos clientes** e na missão de tornar a **marca ainda mais desejada** pela sociedade

a Filosofia Honda, que compartilha o valor do respeito ao indivíduo, ou seja, a aceitação das pessoas por meio do reconhecimento das diferenças e singularidades de cada um.

Seguiremos em movimento, impulsionando vidas e conectando caminhos por toda a América do Sul para fazer da Honda uma marca cada vez mais admirada pela sociedade. Essa é a nossa missão.

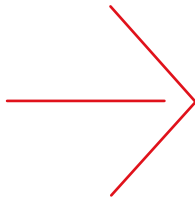
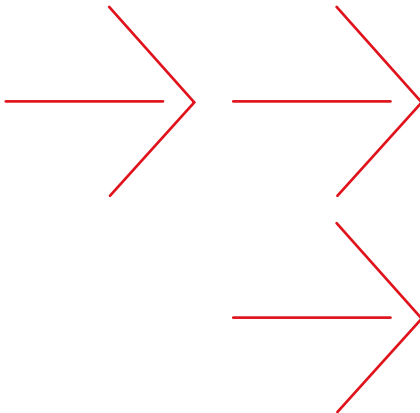
Obrigado por nos acompanhar nesta jornada. Boa leitura!

Arata Ichinose
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:

A Filosofia Honda para a atuação da empresa

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.



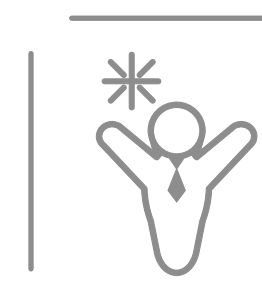
ALEGRIA DE VENDER sentida por colaboradores, concessionários e distribuidores Honda ao obter a confiança dos clientes e oferecer produtos e serviços de qualidade superior, que excedam suas expectativas.



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.

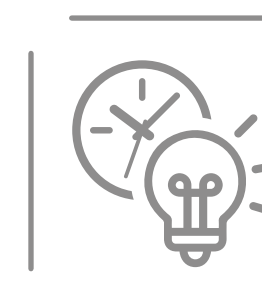
Política de Gestão da Honda

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



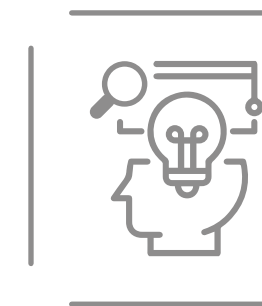
MANTENHA

sempre o sonho e o espírito jovem



VALORIZE

as teorias, as ideias e o tempo



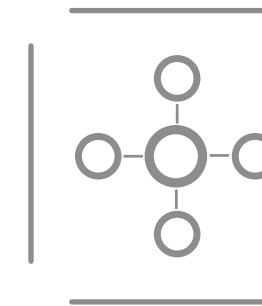
TENHA

sempre em mente os valores da pesquisa e da perseverança



AME

o seu trabalho e valorize a comunicação



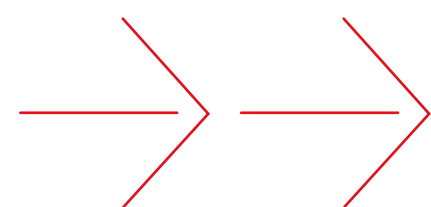
CRIE

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”.

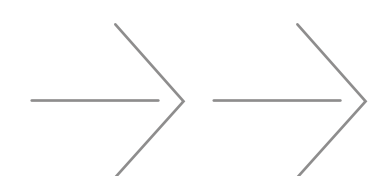


Em direção a uma sociedade limpa e segura

Esforçando 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.



Representação do Honda SENSING



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

Diretrizes globais

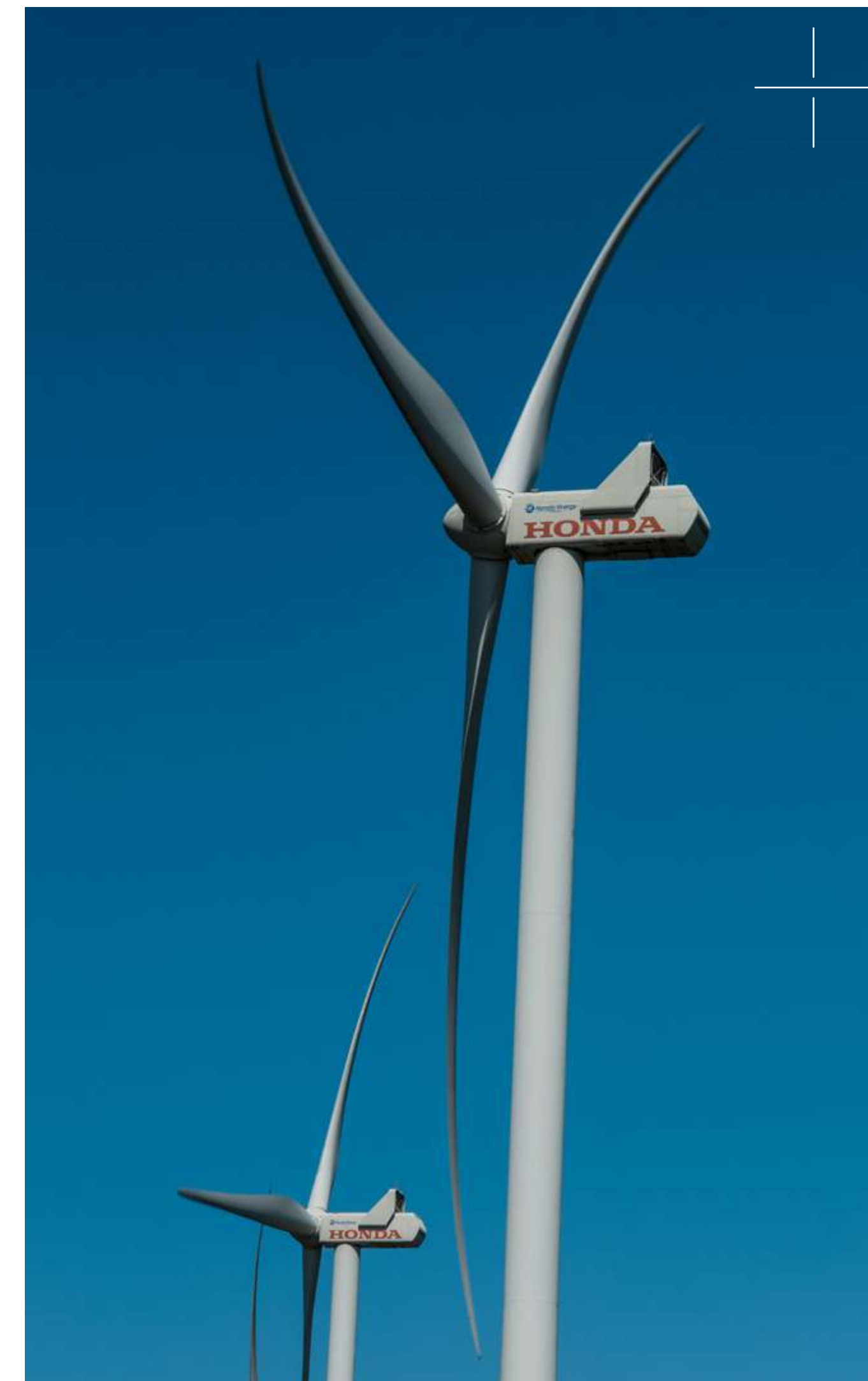
Globalmente, a Honda definiu diretrizes que permeiam as subsidiárias da empresa ao redor do mundo, visando seus objetivos de maneira integrada.

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 está investindo em veículos eletrificados, incluindo motores híbridos ou 100% elétricos, e veículos movidos a célula de combustível de hidrogênio.

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).



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.



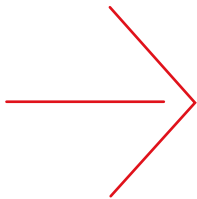
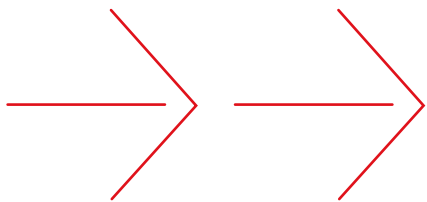
Pessoas

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.



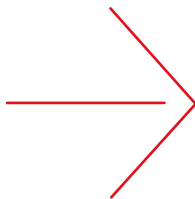
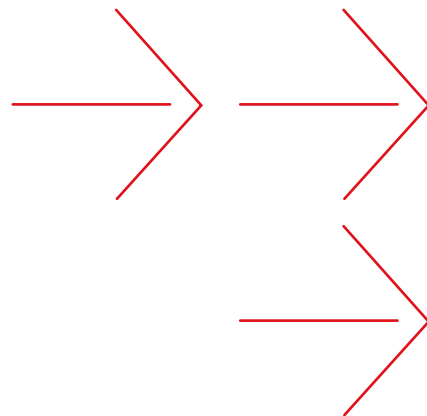
Mobilidade e Inovação

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 décimo 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 2024.

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)¹, S&P Global – Yearbook 2021²; MSCI – Ratings and Materiality³ e GRI⁴ 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 definiu os padrões de reporte de sustentabilidade para as empresas com capital aberto na bolsa americana.

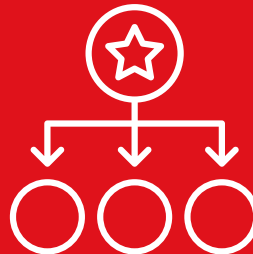
2) Publicação anual da S&P Global, que se baseia no Corporate Sustainability Assessment (CSA) – a avaliação que fundamenta a elaboração dos índices de sustentabilidade Dow Jones, desenvolvidos a partir da análise de uma série de critérios ESG de empresas listadas na bolsa de valores americana.

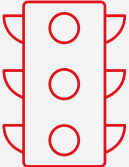
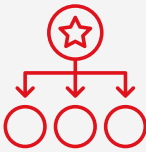
3) As classificações MSCI ESG fornecem uma avaliação de longo prazo das empresas às questões ambientais, sociais e de governança (ESG).

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.

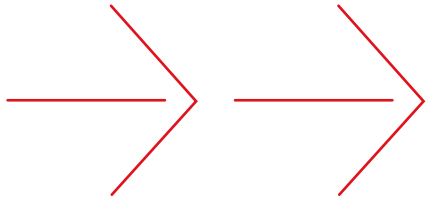
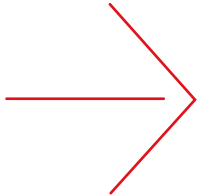
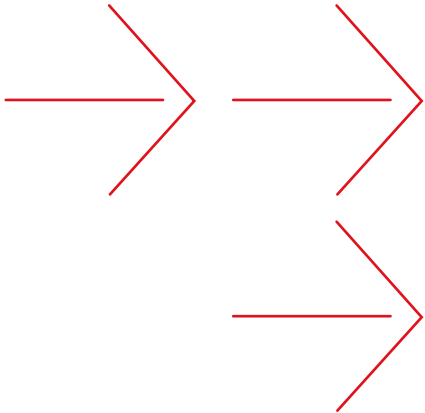
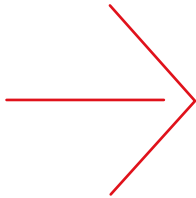
No processo de formatação da matriz de materialidade também foram avaliados: o ambiente de negócios local, as tendências globais que impactam os segmentos de atuação da Honda e o contexto específico da sociedade.

Considerando que entre o final de 2021 e início de 2022 foi realizado um processo robusto de identificação e priorização dos temas materiais para a Honda South America, em 2024 não há alteração nos assuntos reportados.

Temas Materiais		 Educação e Segurança no Trânsito
	Qualidade dos produtos e serviços	 Emissões e Ecoeficiência Operacional
	Satisfação dos clientes	 Ética e Governança
	Mobilidade e Inovação	 Gestão de Pessoas e Diversidade

TEMA MATERIAL	DESCRIÇÃO	INSTRUMENTO DE GESTÃO
 Qualidade dos produtos e serviços	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]
 Satisfação dos clientes	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.	• Clientes ouvidos em pesquisa de satisfação • Pesquisas de imagem de marca e premiações públicas • Índice de atendimento recall Takata
 Mobilidade e Inovação	Investir em pesquisas e tecnologias para fomentar a sustentabilidade em soluções de mobilidade urbana.	• Novos lançamentos em produtos e serviços • Reporte das inovações globais da marca
 Educação e Segurança no Trânsito	Investimento em tecnologias e aplicação dos itens de segurança nos produtos, conscientização da segurança no trânsito.	• Metas e ou compromissos para promoção da segurança no trânsito • Novas tecnologias nos produtos • Pessoas impactadas pelas ações do CETH
 Emissões e Ecoeficiência operacional	Compromissos e metas que visem a redução das emissões atmosféricas.	[GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7] 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]
 Ética e Governança	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]
 Gestão de Pessoas e Diversidade	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 77 anos de existência, período no qual consolidou uma presença global, com 360 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, além de uma unidade importadora no Chile e mais de 2.000 pontos de venda, o que garante a presença da marca nas principais cidades.

Dentre suas operações de negócios na região, a Honda está presente nos segmentos de Motocicletas, Automóveis, Produtos de Força 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

1. Peru
Produção de motocicletas, importação e comercialização de automóveis e motores e máquinas.

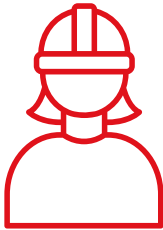
2. Chile
Importação e vendas de motocicletas, automóveis e motores e máquinas.

4. Argentina
Produção e comercialização de motocicletas e importação de automóveis, motores e máquinas.

3. Brasil
Produção e vendas de motocicletas, automóveis, quadriciclo e motores e máquinas. Comercialização de soluções financeiras.

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


14.539
colaboradores permanentes e temporários

PONTOS DE VENDA


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

PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO

COMUNIDADES



FORNECEDORES



CONCESSIONÁRIAS



CLIENTES



COLABORADORES



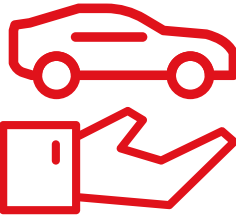
GOVERNO

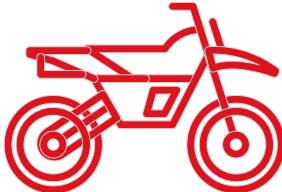


MÍDIA



FORNECEDORES


AUTOMÓVEIS
136
fornecedores de peças e matérias-primas


MOTOCICLETAS
173
fornecedores nacionais de peças e matérias-primas

RESULTADOS

MOTOCICLETAS

1.450.117
produzidas

AUTOMÓVEIS

90.894
produzidos

MOTORES E MÁQUINAS

15.097
produzidos


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


+ 50 mil toneladas de CO₂ deixaram de ser emitidas pela 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. 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 2024, 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 2024, as operações de motocicletas nas fábricas de Manaus (BR), Campana (ARG) e Iquitos (PER) registraram, conjuntamente, a produção de 1,45 milhão de unidades. As vendas atingiram um volume de 1,46 milhão de unidades, representando aumento de 9% em relação ao ano de 2023.

A Argentina demonstrou um crescimento importante de vendas. Foram mais de 112 mil unidades comercializadas em 2024, com crescimento de 6% se comparado a 2023.

No Peru, o resultado de vendas foi de 58 mil unidades comercializadas em 2024. Em 2024, foi comemorado os 50 anos da Honda no Peru e o evento contou com a visita do Presidente e CEO Global da Honda, Toshihiro Mibe, que visitou a América do Sul pela primeira vez.

O Chile registrou mais de 5 mil unidades comercializadas em 2024.



Em um ambiente de negócios complexo, **a Honda encerrou o ano de 2024 com bom desempenho** nas operações da América do Sul

Moto Honda

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.

A Honda concluiu o ano de 2024 com resultados positivos no segmento de motocicletas no Brasil e registrou um crescimento de 12% nos emplacamentos, em comparação com o período anterior. No total, foram 1,28 milhão de unidades, o que representa o melhor resultado da marca desde 2013 e o terceiro ano consecutivo com mais de um milhão de motocicletas emplacadas em um ano.



A produção também acompanhou a tendência de crescimento, com mais de 1,3 milhão de unidades saindo das linhas produtivas em Manaus (AM), alta de 8% sobre o ano passado. O acumulado representa o melhor resultado desde 2014.

Em 2024, a Honda alcançou um marco histórico: 30 milhões de motocicletas produzidas no Brasil, tornando a marca a maior fabricante de veículos automotores do país. A cerimônia de comemoração foi realizada na fábrica da empresa, em Manaus, e contou com a presença do Presidente e CEO Global, Toshihiro Mibe, que esteve no Brasil pela primeira vez, além de executivos da Diretoria local.

O ano também foi marcado pela renovação da linha de produtos, com 12 lançamentos entre motocicletas de baixa cilindrada, scooters e modelos off-road.

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.

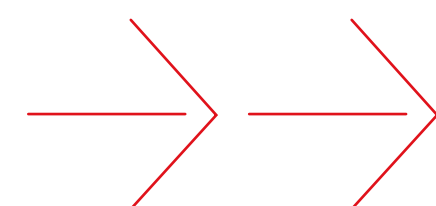
No Brasil, a Honda alcançou **crescimento nas vendas e produção de motocicletas, registrando o melhor resultado desde 2013**



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.



Mais de
9.000
colaboradores

+ de 1.100
pontos de
venda em todo
Brasil

+ de 110
fornecedores de
componentes e
matérias-primas

Centenas
de fornecedores
de serviço



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



Prêmios e Reconhecimentos



Premiações no setor de motocicletas reforçam o protagonismo da Honda



Experience Awards

A empresa SoluCX consagrou a Honda Motos, pela terceira vez consecutiva, como a vencedora do Experience Awards 2024 – Edição Mobilidade. A iniciativa 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.



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 terceiro 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.



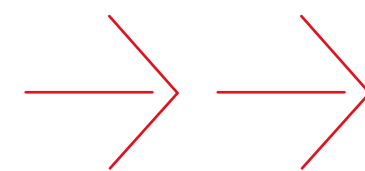
Top of Mind

A Honda foi reconhecida pela 12ª vez consecutiva 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 toda as edições.

A premiação considera a opinião de mais de sete mil pessoas, em 169 municípios brasileiros, das cinco regiões do país. Este resultado demonstra a preocupação da Honda em superar as expectativas dos clientes, com produtos e serviços da mais alta qualidade.

Honda Automóveis



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 nova fábrica de automóveis no Brasil, na cidade de Itirapina, interior de São Paulo. A nova 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 New City Sedan, New City Hatchback e New HR-V.

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 sua exclusiva tecnologia e:HEV para a Argentina com o lançamento do Civic Advanced Hybrid e o CR-V Advanced Hybrid no Peru e Argentina, além de consolidar os modelos a combustão na região.

Em 2024, as operações da Honda Automóveis na América do Sul* registraram, conjuntamente, mais de mais de 101 mil veículos comercializados.

* Mercado considerados: Brasil, Argentina, Chile, Peru, Colômbia, Uruguai e Equador.



A Argentina registrou um crescimento significativo nas vendas, com mais de 2.500 veículos comercializados.

No Chile, foram comercializadas cerca de 2.200 unidades em 2024, uma retração de 12% com relação a 2023. E no Peru, o resultado de vendas no último ano foi de 2.900, um aumento de 12% com relação a 2023. Ao longo de 2024, foram lançados novos modelos em diversos mercados sul-americanos, fortalecendo as vantagens competitivas frente à concorrência, o que favoreceu os resultados em países como Argentina e Peru.

A empresa seguirá oferecendo produtos da mais alta qualidade, amigáveis ao meio ambiente e com máxima segurança para a satisfação de clientes exigentes, que procuram confiabilidade e tecnologia.



Honda Automóveis do 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 27% em vendas em relação a 2023. No total, foram mais de 91 mil unidades comercializadas, o que representa o melhor resultado da marca em quatro anos.

A produção acompanhou a tendência de crescimento e registrou mais de

90 mil unidades produzidas em 2024, um crescimento de 15% quando comparado ao ano anterior.

O modelo de maior destaque em vendas foi o HR-V, com mais de 50 mil unidades vendidas em 2024. Desde seu lançamento, em 2015, o HR-V se tornou referência no segmento de SUVs e se consagrou como um dos automóveis mais vendidos da Honda no Brasil..

A Honda trouxe a público em 2024 o modelo CR-V Advanced Hybrid e apresentou a nova geração da família New City, com o New City Sedã e New City Hatchback.

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

O ano ainda foi marcado pelo anúncio do investimento de R\$ 4,2 bilhões para impulsionar o crescimento da marca no país até 2030. Com o aporte, a empresa visa a expansão contínua dos negócios por meio do lançamento da exclusiva tecnologia híbrida-flex da Honda no mercado brasileiro, da produção local da nova geração do WR-V, além do aumento do volume de produção e geração de empregos no país.

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.



Prêmios e Reconhecimentos



Experience Awards

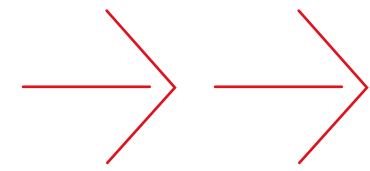
A empresa SoluCX consagrou a Honda Automóveis, pelo quarto ano consecutivo, como a vencedora do Experience Awards 2024 – Edição Mobilidade. A iniciativa tem como objetivo reconhecer as marcas com o maior poder de recomendação pelos consumidores, com base no Net Promoter Score (NPS), uma metodologia que utiliza ferramentas de pesquisa e classificação para analisar o nível de recomendação de uma empresa pelo público.



Empresas que Mais Respeitam o Consumidor

A Honda recebeu o “Prêmio Empresas que mais Respeitam o Consumidor”, na categoria Automóveis, pelo quarto ano consecutivo. Promovida pela revista Consumidor Moderno, a premiação tem como objetivo reconhecer as empresas que mais conquistaram o respeito dos consumidores em 2024. As empresas reconhecidas pela premiação, têm em comum o investimento significativo em estratégias, recursos, talentos e metodologias que comprovam o seu comprometimento com a satisfação do cliente. consumidores com as empresas.





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 2024.

Na Argentina, foram mais de 15 mil unidades vendidas; no Peru, 37 mil e no Chile, mais de 2 mil produtos, o que representa crescimento em todos os países.

Com relação ao mercado brasileiro em 2024, a divisão de Motores e Máquinas registrou a venda de mais de 30 mil unidades, o que representa um leve crescimento frente ao cenário desafiador do setor que apresentou retração. No Norte, os motores estacionários registraram crescimento, fomentado principalmente pelo estado do Amazonas, onde os produtos foram determinantes para a população ribeirinha se locomover durante o período de estiagem.

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 15 mil unidades de Motores e Máquinas.

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**

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 mais de 2 milhões de usuários ativos, agregando mais praticidade e agilidade ao dia a dia dos seus clientes.

Mais de 2 milhões
de usuários ativos
no aplicativo Honda
Serviços Financeiros



Premiações da Honda Serviços Financeiros

Prêmio Reclame Aqui

O Consórcio Honda e o Banco Honda foram vencedores do Prêmio Reclame Aqui nas categorias “Consórcio de Montadora de veículos” e “Solução Financeira – Financiamento de Autos”, respectivamente. O prêmio reconhece as empresas brasileiras com as melhores reputações e operações de atendimento mais eficientes.

Com voto aberto para todo o público, as organizações são avaliadas nos quesitos confiança e reputação.

A sinergia da Honda Serviços Financeiros com as fábricas representa importante fator de competitividade e contribui ativamente com as vendas dos produtos Honda.



Experience Awards

O Consórcio Honda, empresa pertencente à Honda Serviços Financeiros, foi reconhecido como o grande vencedor da categoria ‘Consórcios’ do prêmio Experience Awards 2024 – Edição Financeiro. 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.

Desempenho da Honda Serviços Financeiros em 2024

No contexto de 2024, 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, com 43 anos de história e mais de 2 milhões de clientes ativos. Impulsionador de vendas, a modalidade detém grande receptividade dos consumidores brasileiros devido aos planos que se adaptam ao orçamento do cliente, mesmo em períodos de instabilidade financeira.

A modalidade de consórcio apresenta aos consumidores taxas de administração e planos de pagamento competitivos além das vantagens 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 2024 no segmento de motocicletas, registrando o recorde mais de 1 milhão de novas cotas comercializadas no último ano, um crescimento de 5,6%.

HONDA

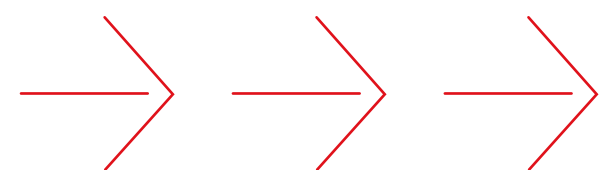
Serviços Financeiros

Em relação às entregas de motocicletas Honda 0km, foi registrado um aumento de 3,3% se comparado a 2023.

A modalidade de Consórcio para o segmento de automóveis registrou 3.843 novas cotas comercializadas em 2024, o que representa um aumento de 31,8% se comparado ao ano de 2023.

O Consórcio Honda possui atualmente cerca de 2.198.840 mil clientes ativos no segmento e, no momento, segue trabalhando na modernização dos planos para atuar de forma mais consistente no mercado de automóveis.

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



Banco Honda

O Banco Honda foi criado com a missão de se tornar uma ótima opção de financiamento aos produtos Honda.

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 2024, o Banco Honda foi um importante agente financeiro da marca para o segmento de automóveis, representando 23,3% das vendas totais da empresa e registrando 26.353 contratos.

No segmento de motocicletas, o Banco Honda registrou crescimento de 43% nos financiamentos em relação a 2023. Foram 200.200 unidades financiadas entre janeiro e dezembro de 2024, representando 15% das vendas de motocicletas 0km da marca.



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



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

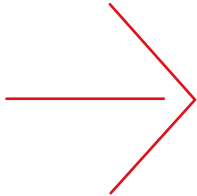
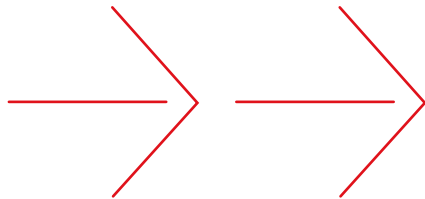
HondaJet

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 2024, foram entregues sete unidades do HondaJet em território nacional.

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.

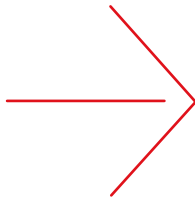
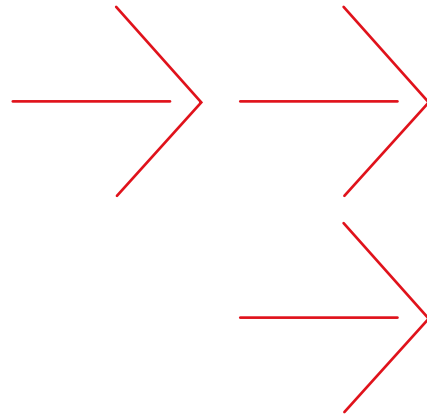
O design OTWEM também reduz ruídos na cabine, minimiza o barulho do contato com o solo, proporciona o maior espaço interno entre os jatos executivos do mercado, além do maior compartimento de bagagem e um lavatório completo a bordo.

Em 2024, o HondaJet Elite II foi exposto no Brasil, durante a LABACE, maior feira de aviação executiva da América Latina, no aeroporto de Congonhas, em São Paulo.



06

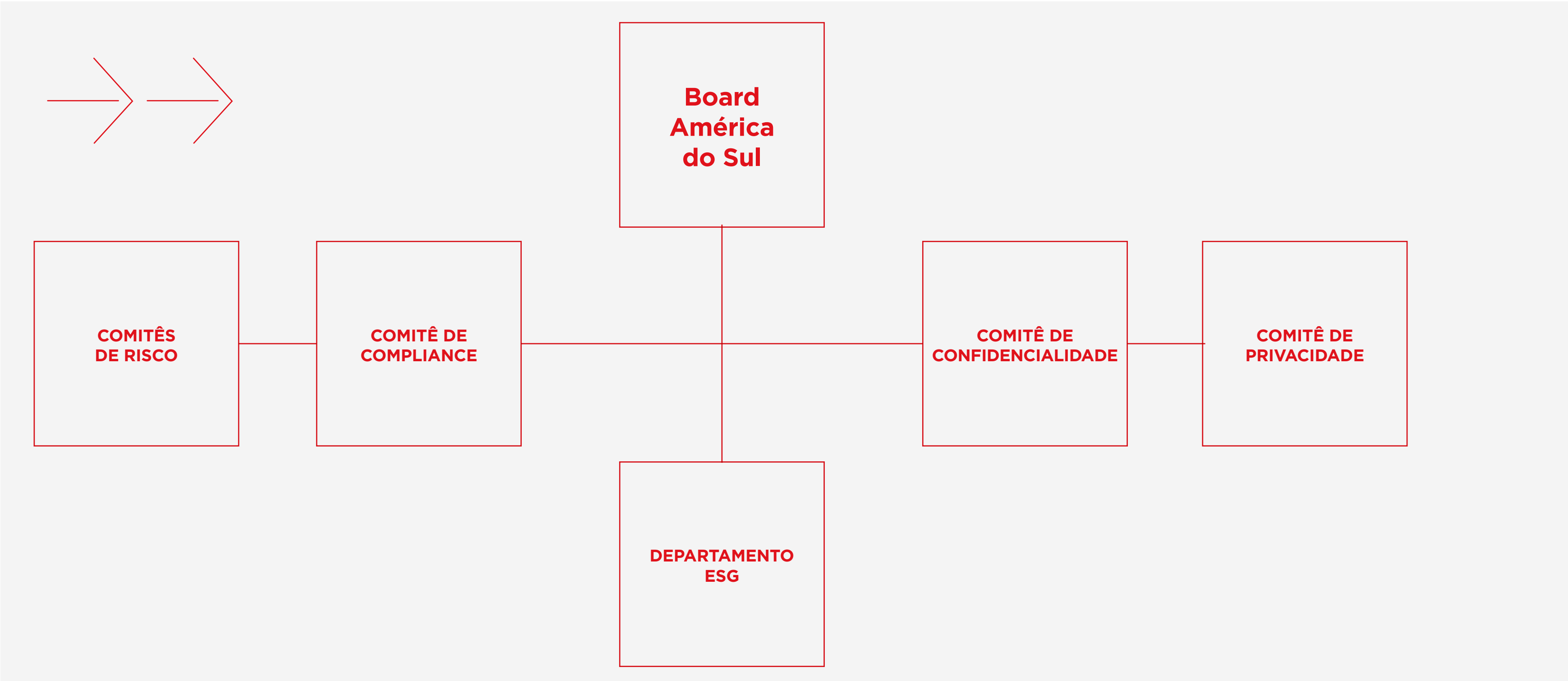
GOVERNANÇA CORPORATIVA



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.

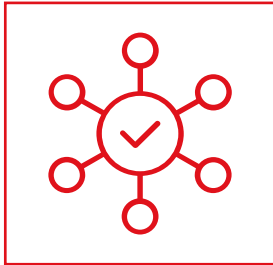
A responsabilidade pela gestão da Governança Corporativa dentro da Honda é do “Departamento de ESG*”, sigla que, em inglês, sintetiza as palavras Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Governança Corporativa, cabendo coordenar todos os processos de prevenção e conscientização em conformidade e respeito 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, riscos corporativos e conformidade.



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.

*em 2025, o departamento passou a se chamar **Governance, Risk, Compliance & Ethics**.

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 ESG 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 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 em um horizonte de longo prazo. Nesse sentido, há a composição de Comitês para tratar os principais temas de Governança.

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 ESG, 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 da Lei americana Sarbanes Oxley.

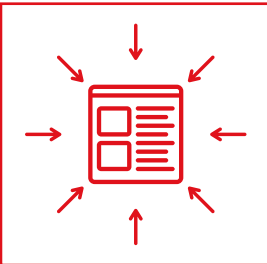
Como forma de comunicação direta com a alta gestão da companhia, os colaboradores podem informar qualquer desconformidade com o Código de Conduta e com as diretrizes corporativas por meio de um canal de comunicação gerenciado pelo Comitê de Compliance da Honda. Este canal está disponível a todos os funcionários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

Buscando garantir a adequada assertividade de todo o processo descrito e com olhar totalmente independente, anualmente a Divisão de Auditoria Interna desenvolve e aplica testes que possam garantir que as premissas do Código de Conduta estão realmente funcionando na empresa.

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.



- **Sistema de gestão específica dos processos:** controles internos sobre processos relevantes de negócios e tecnologias (mais de 100 subprocessos documentados e revisados anualmente), que são submetidos à Certificação da Lei americana Sarbanes-Oxley por auditoria independente.

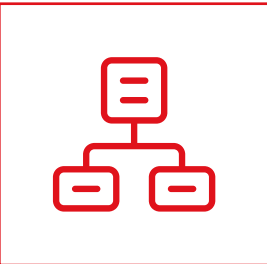


- **Sistema de normas e conduta:** políticas e procedimentos corporativos, disponíveis em intranet ou diretórios próprios para acesso ao público interno.



- **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.

Como resultado das medidas adotadas pela Honda, no último ano não foram registradas ocorrências relacionadas ao não cumprimento de leis e regulamentos sociais e econômicos associados às operações no Brasil



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



- **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. Isso é feito por meio da aplicação de processos sistemáticos e disciplinados, além de expertise e conhecimentos. Ela 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.



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, além da divulgação de campanhas educativas. Com o objetivo de engajar também a alta administração quanto à importância do tratamento de dados pessoais, o assunto é abordado em workshops, tendo no período a participação de 352 gestores. 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 é guiado por valores éticos e possui diretrizes claras para os processos exigidos e o comportamento esperado dos colaboradores.

Até 2024, o treinamento do Código de Conduta já contemplou 8.217 colaboradores ativos em todas as unidades de negócio da América do Sul. Além disso, durante o ano de 2024, 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.

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 2024, cerca de 2.820 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 aplicação das diretrizes estabelecidas na Política de Prevenção ao Suborno e Corrupção são avaliadas anualmente, por meio dos processos de controles internos certificados através da 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 Política de Prevenção ao Suborno e Corrupção determina o posicionamento da companhia sobre a ética nos negócios

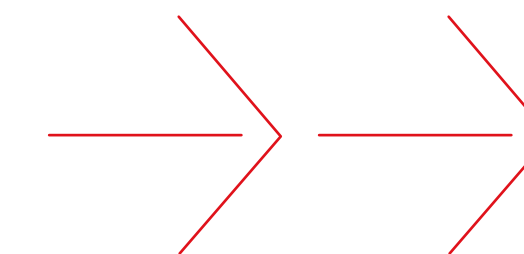
Combate às Práticas Anticompetitivas

[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.

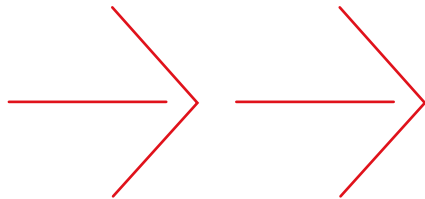
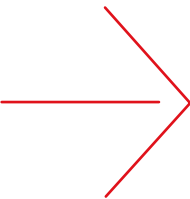
Em 2024, foi realizado um levantamento para identificar as áreas participantes de reuniões de entidades de classe, com o intuito de realizar um treinamento sobre a Política de Defesa da Concorrência. Com isso, 100% dos colaboradores participantes das reuniões de entidade de classe realizaram o treinamento.



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.

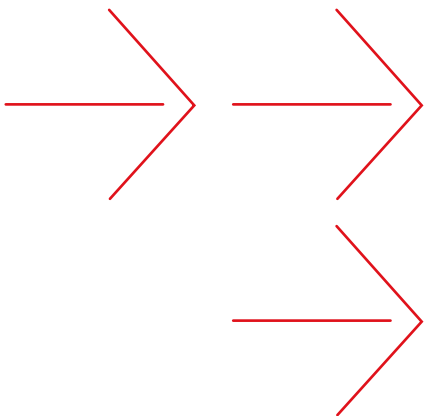
Todas as normas e políticas mencionadas estão disponíveis para consulta por todos os colaboradores no portal interno.

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



07

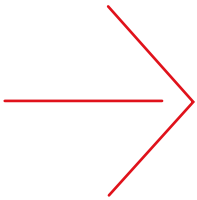
RELATÓRIO DE DESEMPENHO



- > 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 CO₂, 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 conduz pesquisas sobre a reciclagem de materiais, incluindo reutilização e reciclagem de baterias.

Indo além de sua iniciativa de redução de riscos relacionados a recursos e descarte de resíduos, a Honda tem um desafio adicional de desenvolver produtos que utilizam materiais sustentáveis tendo impacto ambiental zero.

Adicionalmente, a Honda atua com o conceito de Green Factory, que é aplicado em todas as suas unidades fabris para gerenciar os resíduos, a eficiência energética, o uso racional da água e a redução das emissões atmosféricas.



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 melhorando o desempenho ambiental da sua linha de produtos, tanto de motocicletas como de automóveis. Um exemplo são os modelos New City Sedã e New City Hatchback, que contam com motor 1.5 DI DOHC i-VTEC com Injeção Direta, que combina ótimo desempenho com baixo consumo de combustível e menor emissão de poluentes, garantindo uma excelente dirigibilidade, aliada à eficiência energética. De acordo com o Programa Brasileiro de Etiquetagem (PBE), tal motor alcança a classificação A em consumo na sua categoria e em nível de emissões.



Eletrificação

A Honda deu mais um passo importante rumo à introdução de automóveis eletrificados no Brasil e lançou, em fevereiro de 2024, a nova geração do SUV importado CR-V, que chegou à sua 6ª geração com a adoção da exclusiva tecnologia híbrida e completa a categoria ao lado do Civic e Accord Advanced Hybrid.

Flagship entre os SUVs da marca, o CR-V Advanced Hybrid é referência em eficiência, dinâmica, confiabilidade e alta tecnologia voltada para a segurança e bem-estar de seus usuários.

A tecnologia híbrida da Honda – e:HEV – traz 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 somente elétrico, o híbrido e à combustão. O sistema automaticamente opta pelo modo de operação que oferece a melhor relação entre desempenho e baixo consumo, conforme as condições de rodagem.

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.

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. O parque eólico Honda Energy é o principal exemplo deste compromisso.

Em 2024, nota-se um aumento no volume de reduções de emissões de CO₂, totalizando uma diminuição de emissão de 9.501,02 tCO₂ em sua operação, considerando o consumo de energia elétrica e de combustíveis (diesel, gasolina, GLP, gás natural e etanol) a partir de projetos específicos.

Todos os anos, a Honda desenvolve projetos voltados para redução das emissões de CO₂ de seus negócios.

Para este resultado, destacam-se os projetos da fábrica Moto Honda da Amazônia que, desde abril de 2023, possui compensação de 100% da energia elétrica de sua planta, por meio da compra de certificados I-REC de energia renovável; e da Honda Motor da Argentina que possui projetos com energia solar, tanto para o consumo de eletricidade quanto para aquecimento de água no processo produtivo da fábrica.



Mais de **8 milhões de unidades** FlexOne foram produzidas pela Honda desde 2009



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.

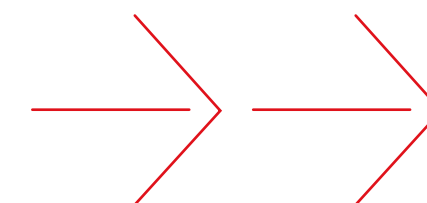
A Honda foi pioneira em apresentar ao mercado essa importante inovação tecnológica, que teve uma excelente aceitação dos brasileiros.

A tecnologia FlexOne foi desenvolvida especialmente para o mercado brasileiro e introduzida no país com a CG 150 Titan Mix. Atualmente, está presente em oito motocicletas do line up: Biz 125, CB 300F Twister, CG 160 Titan, CG 160 Fan, CG 160 Cargo, NXR 160 Bros, XRE 190 e Sahara 300, que representam mais de 65% do volume produzido anualmente.

Desde 2009, quando a tecnologia foi implantada, mais de 9,5 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



Emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa (GEE) em tCO₂e

[GRI 305-1; 305-2]

A Honda adota a metodologia internacional e padronizada do GHG Protocol para entender, quantificar e gerenciar suas emissões. Anualmente, a empresa participa do Programa Brasileiro GHG Protocol, publicando os Inventários de Emissões de Gases do Efeito Estufa de suas unidades no Brasil.



ESCOPO 1*

Emissões diretas brutas de GEE (tCO₂e)

2023
29.456,03 tCO₂e

2024
31.416,00 tCO₂e

* 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 2024 a 31 de dezembro de 2024. A metodologia utilizada para este cálculo foi a mesma utilizada pela Ferramenta GHG Protocol/IPCC.



Observa-se um aumento no escopo 1 nas emissões da Honda na América do Sul, principalmente devido ao incremento da produção nas unidades da Moto Honda da Amazônia e Honda Automóveis do Brasil.

Os combustíveis que mais contribuíram para as emissões foram o gás natural e a gasolina. O gás natural representa cerca de 83% das emissões de escopo 1, e apresentou um aumento de cerca de 6% se comparado a 2023, atrelado principalmente ao aumento de 7% na produção de automóveis e motocicletas (comparativo de 2024 com 2023).

Ao analisar o indicador de emissão de CO₂ no escopo 1 por unidade produzida, é possível observar que os processos se mantiveram praticamente com a mesma eficiência de consumo (em média, 0,02ton-CO₂/unit).



ESCOPO 2**

Emissões diretas brutas de GEE (tCO₂e) - SEM compensação de i-REC

2023
2.525,56 tCO₂e

2024
500,68 tCO₂e

**As emissões diretas de GEE do escopo 2 consiste na somatória das emissões provenientes do consumo de energia elétrica das unidades Honda na América do Sul do período de 01 de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024. A metodologia utilizada para este cálculo foi a mesma utilizada pela Ferramenta GHG Protocol/IPCC.

Emissões diretas brutas de GEE (tCO₂e) - COM compensação de i-REC

2023
8.640,26 tCO₂e

2024
8.985,70 tCO₂e

Com relação ao escopo 2, as unidades da Honda vêm buscando aumentar cada vez mais a participação de energias renováveis na sua matriz energética. Assim, têm implementado novas alternativas, como a compra de certificados I-REC e aquisição de energia de fontes renováveis.

Como exemplo, desde 2022 a YPF Luz fornece energia renovável a partir do parque solar Zonda e atende quase 100% da demanda de energia elétrica necessária para a planta da Honda da Argentina.

Ademais, desde abril de 2023, a Moto Honda da Amazônia vem atingindo a neutralização de 100% do seu consumo de energia elétrica por meio da compra de certificados de energia renováveis (I-REC) e a aquisição de energia de fontes renováveis no mercado livre.

Essas e outras ações estão alinhadas com a meta global da empresa de alcançar a neutralidade de carbono para todos os produtos corporativos e atividades até 2050.

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 CO₂ 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 2024 a 31 de dezembro de 2024, nas plantas produtivas da Honda América do Sul.



A Honda da América do Sul segue alinhada às diretrizes globais da companhia, visando alcançar a neutralidade na emissão de carbono até 2050.

Apesar de um aumento da atividade produtiva em 2024, observa-se uma diminuição de 7% das emissões de GEE por unidade produzida (kgCO₂/unit) no último ano, principalmente devido à compensação e aquisição de energia elétrica renovável pela Moto Honda da Amazônia e Honda da Argentina.

Além disso, as fábricas da Honda na América do Sul estão constantemente empenhadas em melhorar o uso de combustíveis. Isso inclui projetos para reduzir o consumo através da substituição de tecnologias e da busca por combustíveis mais sustentáveis, como biogás e etanol.

Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas

[GRI 305-7]

Em 2024, foram emitidas 1.835,86 toneladas de COV (Composto Orgânico Volátil). Em comparação a 2023, houve um aumento devido, principalmente, ao aumento de unidades produzidas, tanto na fábrica de motocicletas quanto automóveis, no Brasil.

Para estimar este valor, estão sendo considerados 65% do valor total de produtos à base de solventes comprados no período referido (tinta, verniz, primer, catalisador, diluentes etc).

VOLUME DE EMISSÕES	2023	2024
NOx	(-)	(-)
SOx	(-)	(-)
Poluentes orgânicos persistentes (POP)	(-)	(-)
Compostos Orgânicos Voláteis (COV)	1.209,27 toneladas	1.835,86 toneladas
Poluentes atmosféricos perigosos (HAP, na sigla em inglês)	(-)	(-)
Material particulado (MP)	(-)	(-)
Outras categorias (Se aplicável)	(-)	(-)

Desde o início da operação, **50 mil toneladas de CO₂** deixaram de ser emitidas na atmosfera e mais de **1 milhão de automóveis** foram produzidos pela Honda com energia elétrica limpa do parque eólico

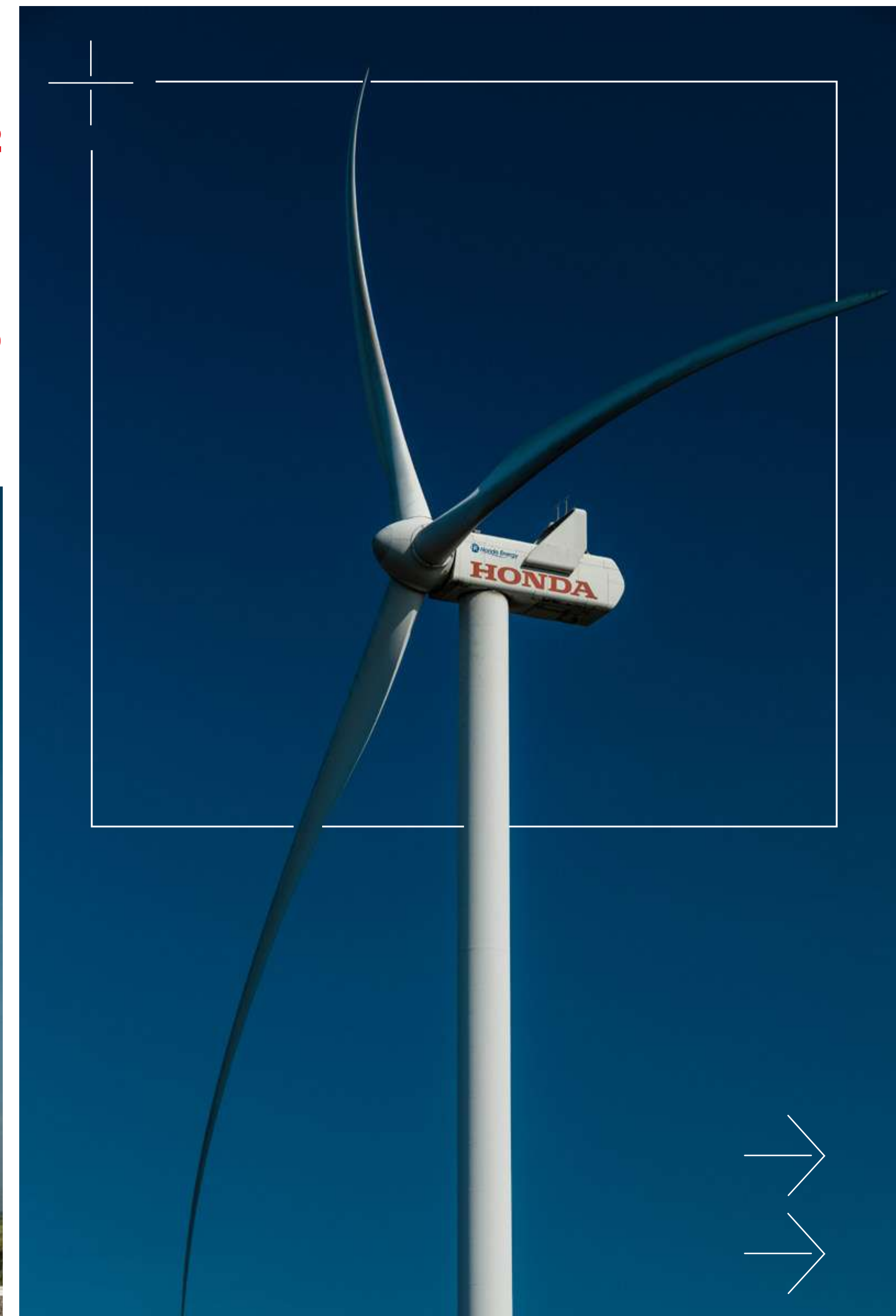
Honda Energy: energia limpa para produzir mais de um milhão de automóveis

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 2024, o parque gerou mais de 85 mil MWh de energia gerada.



Ecoeficiência das operações

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

A Honda realiza avaliações frequentes de suas instalações, tendo sempre como prioridade melhorias contínuas, incidência de luz natural e outros recursos ecologicamente corretos. Os indicadores ambientais são monitorados e analisados mensalmente pelas áreas de planejamento e gestão ambiental das fábricas e, em casos nos quais são identificados consumos muito divergentes das metas estabelecidas, são realizadas análises PDCA (Plan, Do, Check and Act) para identificação das causas e estabelecimento de medidas preventivas e corretivas.

Para garantir um reporte e uma análise padronizada entre as unidades Honda, os valores energéticos são convertidos em Gigajoules (GJ) utilizando-se os fatores propostos pela Ferramenta GHG Protocol, e alinhadas às premissas do IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) e da Honda Motor.

Em 2024, houve um maior consumo de combustíveis, eletricidade e energia em decorrência do aumento da atividade produtiva nas fábricas da Honda, com destaque para a fábrica de motocicletas, com aumento de 7% na produção, e aumento de 15% na fábrica de automóveis.

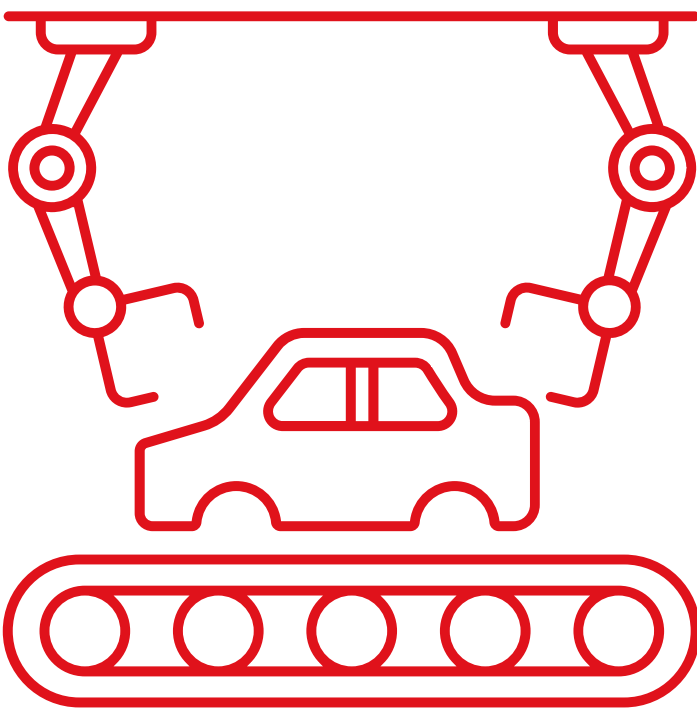
	2023	2024
Consumo total de combustíveis não renováveis (GJ)	510.412,88	543.631,51
Consumo total de combustíveis renováveis (GJ)	12.860,62	13.153,15
Consumo de eletricidade (GJ)	927.544,30	984.610,09
Consumo total de energia (GJ)	1.450.817,81	1.541.394,75

Obs: Os valores reportados referem-se aos consumos das unidades Honda América do Sul período de 01 de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024, em Energia elétrica, Combustíveis não renováveis (diesel, gasolina, GLP e gás natural) e Combustível renovável (etanol e biodiesel).

Taxa de Intensidade Energética [GRI 302-3]

A taxa de intensidade energética registrada em 2024 pelas unidades fabris da Honda foi de 0,95 GJ/ unidade.

A operação da Honda na América do Sul está alinhada às diretrizes globais da companhia, visando alcançar a neutralidade na emissão de carbono até 2050. Dessa forma, possui a meta de reduzir o seu consumo energético por unidade produzida em relação ao período fiscal anterior.



A Honda South America está alinhada às diretrizes globais da companhia, **visando alcançar a neutralidade de carbono até 2050**

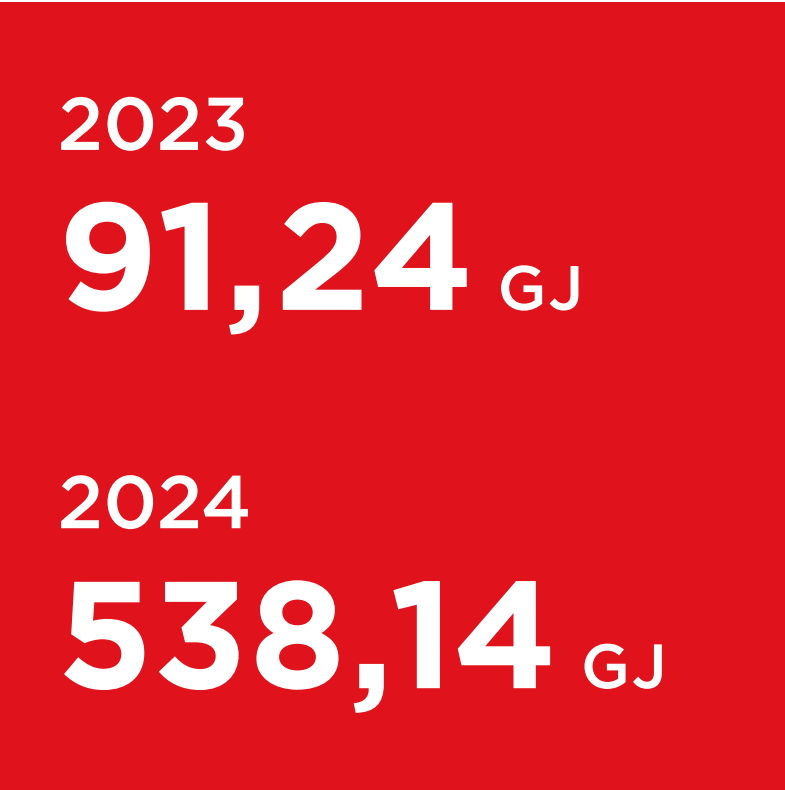
TAXA DE INTENSIDADE ENERGÉTICA

2023
0,96
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 2024 a 31 de dezembro de 2024 das unidades produtivas da Honda América do Sul.

Redução no consumo de energia [GRI 302-4]



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).

No ano de 2024 observa-se uma maior redução de GJ quando comparado a 2023, devido ao início de novos projetos de energia. Destaca-se o projeto da Honda Motor da Argentina, que adicionou novos tanques aquecidos por energia solar, reduzindo o uso de energia elétrica para atingir a temperatura ideal de água no processo.

Em conjunto com este resultado, as unidades da Honda na América

do Sul continuam implementando projetos que ajudaram nos resultados como a troca de equipamentos por versões mais eficientes, realização de campanhas de conscientização, projetos de melhorias, entre outros.

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, com maior foco na utilização e geração de energias renováveis e diversificação das fontes de energia, centralizando suas ações para a diminuição das suas emissões de carbono de suas fontes de energia.

O parque eólico Honda Energy é um exemplo desta gestão. Esta iniciativa, somada aos esforços das unidades da Honda Argentina e da Moto Honda da Amazônia em adquirirem parte de sua energia elétrica do mercado de fontes renováveis, como parques de energia solar e compra de i-REC, faz com que a **Honda América do Sul possua hoje cerca de 99% da sua energia elétrica proveniente de fontes limpas.**

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 Honda buscam otimizar o uso desse recurso e implementar as melhores soluções para tratamento de efluentes.

O consumo de água aumentou no ano de 2024 devido ao aumento da atividade produtiva nas unidades Moto Honda da Amazônia e Honda Automóveis do Brasil. No entanto, se comparado o volume de consumo de água com o volume de unidades produzidas, nota-se uma redução do consumo de água por unidade produzida (2023: 1,15 m3/unit; 2024: 1,10 m3/unit).

Por meio de projetos de melhoria contínua, como o reuso de água em alguns processos produtivos, troca de sistemas e manutenção de equipamentos, a Honda visa diminuir o consumo de água e evitar desperdícios.



FONTE

	2023	2024
Águas superficiais	-	43.800,51
Águas subterrâneas	1.714.765,51	1.688.249,05
Água de chuva	-	-
Efluentes de outra organização	-	-
Abastecimento por serviços de água públicos ou privados	8.550,56	21.812,30
Água de reuso	1.610,80	1.364,24
TOTAL	1.724.926,87	1.755.226,09

Obs: Os valores reportados referem-se aos consumos das unidades Honda América do Sul no período de 01 de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024.

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 (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 1.449 m³/dia de efluentes, com capacidade de até 2.500m³/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 Efluentes da Moto Honda, em Manaus, é considerada **uma das mais modernas da América Latina** entre as unidades da empresa

Estação de Tratamento de Efluente Oleosos - ETEOleosos - ETEO

No ano de 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, com uma capacidade de 80m³/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.

É possível observar um aumento na geração de resíduos em comparação a 2023 devido, principalmente, ao aumento da atividade produtiva. Se observada a intensidade de resíduos gerados por unidade produzida, é possível verificar uma diminuição de 1,2% de resíduos gerados por unidade produzida na América do Sul, além de uma maior taxa de reciclagem (2023: 78,2%, 2024: 82,1%)

Vale reforçar que as unidades fabris da Moto Honda da Amazônia e da Honda Automóveis do Brasil (Sumaré e Itirapina) já são empresas aterro zero. Cerca de 83% de todo o resíduo gerado possui destinação final mais sustentável — como reciclagem, coprocessamento e compostagem — fortalecendo o conceito de “Circulação de Recursos”, uma das áreas de foco da Tripla Ação para o Zero.

Todas as suas unidades na América do Sul promovem a coleta seletiva, desenvolvem projetos que visam reduzir e eliminar resíduos gerados por suas atividades, promovem melhoria no gerenciamento dos resíduos gerados nos processos produtivos, como a aplicação do conceito TWM (sigla para “Total Waste Management”).

RESÍDUOS PERIGOSOS (T)	2023	2024
Reciclagem	479,00	1.235,10
Recuperação	0	0
Incineração	3.304,04	3.603,73
Aterro	0	36,00
Outros (especificar) - incorporação	0	0
Outros (especificar) - coprocessamento	182,61	276,18

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS (T)	2023	2024
Reutilização	0	0
Reciclagem	43.195,03	47.123,54
Compostagem	355,46	401,99
Incineração	6.670,39	4.385,00
Aterro	616,38	622,81
Outros (especificar) - coprocessamento	1.036,49	1.245,83
Outros (especificar) - ultrafiltração	0	0

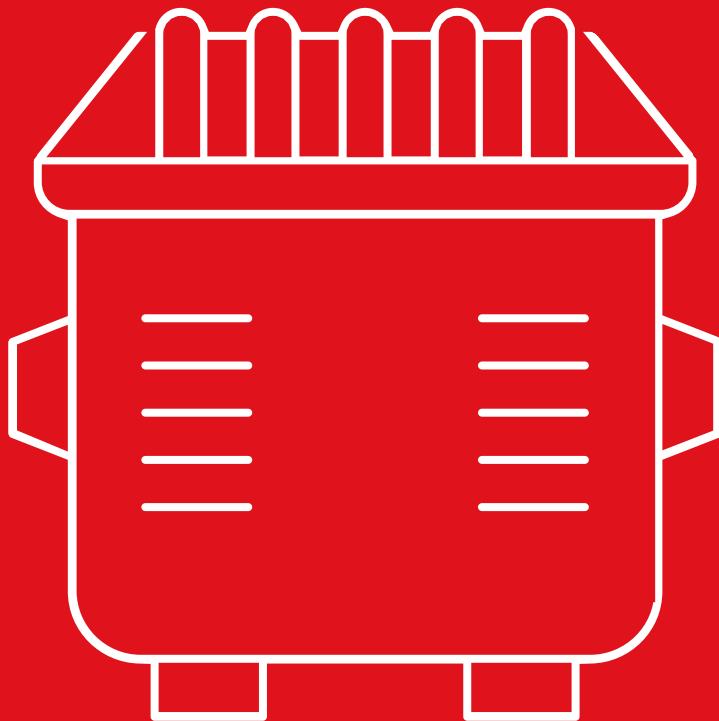
VOLUME TOTAL

55.839,39

58.930,17



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



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 2024, mais de 14 toneladas de adubo orgânico foram produzidas pela Honda e utilizadas nas áreas verdes da empresa.

Compostagem e cabotagem são exemplos de ações mais sustentáveis



14,6 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 2024, a Moto Honda da Amazônia transportou **2.318** contêineres de peças, insumos e racks retornáveis nesse modal, resultando em uma redução na emissão de mais de **11 mil ton de CO₂** (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 (Pica-pau-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 (Louro-preto) 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 144,3 toneladas de alimentos.

Segurança

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

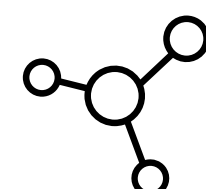
Para a Honda, as medidas de segurança contra acidentes devem combinar três elementos: Habilidade Humana (atividades de conscientização), Performance de Mobilidade (desenvolvimento tecnológico) e Ecossistema de Trânsito (colaboração com terceiros e desenvolvimento de sistemas/serviços).



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, aprimorando 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 renovação de line up da Honda Motos apresentou em 2024 novas motocicletas ao mercado, trazendo evolução em design, ciclística e segurança.



Honda ADV

A versão mais moderna da scooter ADV trouxe ao mercado importantes tecnologias que buscam oferecer mais segurança ao piloto. São elas:

Freio ABS: a tecnologia de freios que evita o travamento da roda dianteira no caso de frenagens bruscas.

Rodas: com 14" na roda dianteira e 13" na roda traseira, os pneus são mais largos e de uso misto, o que proporciona

agilidade, estabilidade e segurança mesmo em terrenos irregulares.

Controle de Tração: uma das grandes novidades no modelo é o sistema HSTC – *Honda Selectable Torque Control* – um controle de tração que atua para limitar perdas de tração do pneu traseiro em pisos de baixa aderência. No painel de instrumentos uma luz-alerta "T" pisca quando o sistema entra em funcionamento.



Linha CG

Veículo mais vendido no Brasil desde seu lançamento, em 1976, a CG é um modelo conhecido por sua durabilidade, economia e excelente custo-benefício, qualidades que comprovam o sucesso da motocicleta entre milhares de clientes em todas as regiões do país. Para garantir mais segurança na pilotagem, a linha CG conta com:

Tipos de freio: na 10ª geração do modelo, todas as versões possuem disco de freio dianteiro como equipamento padrão. As versões Cargo, Start e Fan dispõem do sistema CBS (Combined Brake System), com disco na dianteira e tambor na traseira, enquanto a Titan traz freio a disco em ambas as rodas, com o dianteiro dotado de sistema ABS.

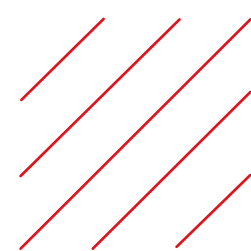
Iluminação: a nova geração do modelo também dispõe de lanterna traseira com iluminação por LED como item de série. As versões Titan e Fan trazem LED também no novo conjunto ótico dianteiro, de novo desenho.

XRE 190

Modelo da categoria trail, a XRE 190 é conhecida por seu equilíbrio, agilidade e economia. É uma excelente opção para os clientes que buscam uma moto versátil, tanto para o dia a dia quanto para aventuras em trilhas leves e médias.

Frenagem: desde sempre a XRE 190 dispõe de frenagem ABS na roda dianteira, o que foi mantido na nova geração. Porém, a chegada de uma inédita suspensão dianteira garantirá não apenas mais robustez e eficiência ao enfrentar terrenos irregulares, mas também uma evolução na segurança da frenagem.

Iluminação: a adoção de um novo farol, lanterna traseira e piscas com iluminação em LED é outro importante progresso em termos de segurança aplicado à XRE 190 2025, assim como a chegada de um quadro de instrumentos ainda mais completo, tipo Blackout, com indicador de marcha engatada.



NXR 160 Bros

A Honda NXR 160 Bros é um dos modelos mais vendidos pela marca e chegou com visual moderno e aventureiro, além de tecnologias de segurança como sistemas de freios.

O modelo conta com duas opções de sistema de freios: ABS e CBS. Na versão NXR 160 Bros CBS, o piloto tem mais segurança ao acionar o pedal do freio traseiro, pois a tecnologia distribui aproximadamente 30% da capacidade de frenagem para o freio dianteiro simultaneamente, favorecendo a redução de espaço de parada e mantendo a estabilidade.



BIZ 125

A Honda Biz 125 é uma motocicleta prática e econômica, ideal para o uso urbano. Com design moderno e funcionalidades, ela oferece conforto e conveniência para o dia a dia, além de segurança.

Uma das grandes novidades das Biz 125 versão 2025 é a eliminação do pedal de freio. Agora o comando pelo qual atua o sistema CBS – *Combined Brake System* se vale de uma alavanca no punho esquerdo, seguindo o mesmo padrão observado nas scooters.



Automóveis

No segmento de automóveis, a marca conta com a tecnologia Honda SENSING, pacote de tecnologias avançadas de segurança e assistência ao condutor, que está disponível em todos os modelos importados e nacionais comercializados no Brasil.

Em 2024, a Honda apresentou a nova geração da família New City, com o New City Sedan e New City Hatchback. Os modelos chegaram ao mercado trazendo inovação e tecnologia, definindo um patamar superior em seus segmentos, com muito mais segurança. Um dos grandes diferenciais da linha New City 2025 é o Honda SENSING, que agora é item de série desde a versão EX, reforçando o posicionamento do modelo como um dos mais completos e seguros do seu segmento.

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.

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.

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.

RDM - Sistema para mitigação de evasão de pista
Detecta a saída da pista e ajusta a direção com o objetivo de evitar acidentes.

AHB - Ajuste automático de farol
Comutação noturna automática dos facho

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.



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 2024, 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 600 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, por meio das atividades do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH), promoveu três campanhas de incentivo junto à rede de concessionárias de motocicletas de todo o país.

A iniciativa engajou a rede de concessionárias a realizar ações de Segurança no Trânsito, assim, foi possível 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 2024 foram mais de 5 mil ações de segurança no trânsito realizadas por 209 grupos de concessionárias, impactando mais de 407 mil pessoas pelo Brasil.

A rede de concessionárias é um importante pilar para a disseminação dos conceitos de segurança no trânsito, pois conta com mais de 1.100 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 346 ações, impactando mais de 59 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.

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;
- 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.

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 2 campanhas para a motocicleta GoldWing. [GRI 103-3/416, 416-1]

Com base nas campanhas anunciadas até dezembro de 2024, são 943.361 veículos com a necessidade de recall por conta dos airbags da Takata. Considerando os insufladores do lado do motorista e/ou passageiro, foram contabilizadas 1.611.187 unidades a serem substituídas.

Desse total, 1.410.525 insufladores de airbags Takata já foram substituídos até dezembro de 2024. Adicionalmente, foram identificados 72.928 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 92%. Neste período a Honda possui o registro de 70 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 peças publicitárias voltadas a este perfil de consumidor, adesivos em embalagens de Peças Genuínas, cartas com mensagem personalizadas, 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.

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 norteada 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

Honda Motos



Guia Qual Comprar

Promovido pela revista Autoesporte, o New City Sedan foi premiado na categoria Sedan Compacto.



Prêmio Melhor Compra

Na premiação realizada pela revista **Quatro Rodas**, a Honda venceu nas categorias Esportivos até 350cv com o **Civic Type R** e Carros até R\$120.000 com o **New City Sedan**.



Prêmio Mobilidade limpa

A agência de notícias Autoinforme premiou a Honda nas seguintes categorias: **Hatch Médio Flex 1.5** (New City Hatchback), **Esportivo a Gasolina até 2.0** (Civic Type R), **SUV Compacto Flex até 1.6** e **SUV Compacto Combustão** (New HR-V), e **Sedan Médio Híbrido +1.6** (Civic Advanced Hybrid).



Prêmio Moto de Ouro

Premiação promovida pela **revista Motociclismo**, em que a Honda foi vencedora na categoria Cub, com a **Biz 125**; **Scooter+** com a **X-ADV**; e Moto Verde com a **CRF 250F**.



Prêmio Mobilidade Estadão

Promovido pelo Jornal **O Estado de São Paulo**, a Honda venceu na categoria **Melhor Moto Trail** com a **XRE 300 Sahara**.



Prêmio Moto do Ano

A revista **Duas Rodas** promoveu a premiação **“Moto do ano”** e a Honda venceu na categoria Street até 200cc com a **CG 160 Titan ABS** e categoria Street até 350cc com a **CB 300F Twister**.

Sistema de gerenciamento de qualidade

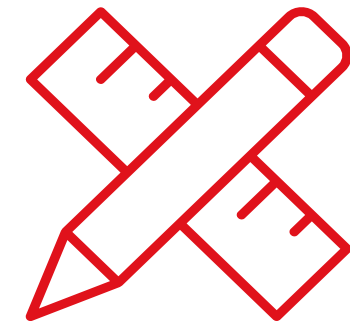
A Honda conta com um sistema global de gestão da qualidade, o G-HQS, estabelecido em abril de 2005, constituído por um conjunto de padrões fundamentais que apoiam as atividades de garantia e melhoria da qualidade em todas as operações do grupo Honda. O sistema visa garantir a qualidade não apenas nas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

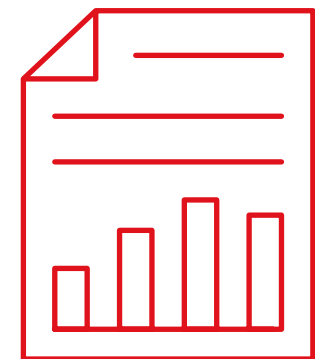
A Honda conta com um **sistema global de gestão da qualidade**





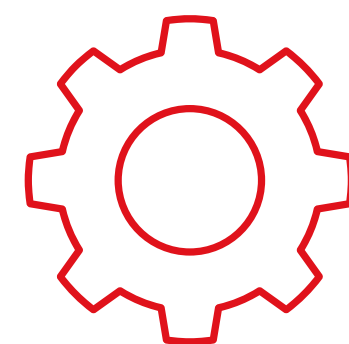
Design e Desenvolvimento

A garantia de qualidade é implementada desde a fase inicial do desenho do produto, utilizando a experiência da marca em design e fabricação para criar projetos que facilitem a sua produção;



Preparação da Produção

A garantia da qualidade se estende aos processos de produção por meio de controles de fabricação que limitem a variabilidade do processo;



Produção

Além de projetar desenhos que facilitem a fabricação do produto e implementar controles de fabricação que limitam a variabilidade dos processos, a garantia da qualidade conduz inspeções rigorosas de peças e veículos, além de garantir que não ocorram danos aos produtos durante o transporte;



Coleta de Informações de Qualidade

A partir das informações coletadas junto aos clientes e mercados em todo o mundo, é realizada uma análise para melhoria da qualidade (sistema de melhoria da qualidade do mercado).



Vendas e Serviços

Eventuais problemas de qualidade no mercado são detectados por meio do pós-venda e tratados pelas concessionárias, a partir de pesquisas e coleta de informações junto aos clientes;



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.

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.



**Esforços
aplicados para
atingir 120% de
qualidade**

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

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 QCDEFS (Qualidade, Custo, Entrega, Gerenciamento, Meio Ambiente, Financeiro e Segurança, em português).

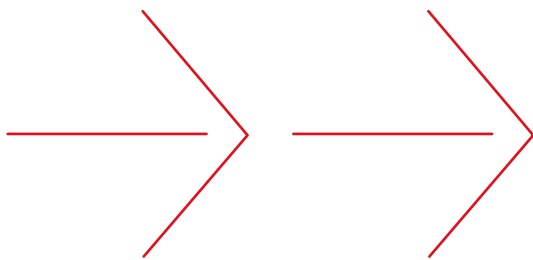
Com foco nessas dimensões são estabelecidos indicadores e processos para desenvolvimento e acompanhamento dos fornecedores, como especificações de qualidade, eficiência, atendimento, gestão ambiental, gestão de recursos humanos, entre outros.

Quantidade de Fornecedores

(Base 31/dez) [GRI 102-10]

A Honda Automóveis concluiu o ano de 2024 com 136 fornecedores de peças de matérias-primas, apresentando uma redução de 11% ao período anterior devido ao encerramento da produção e exportação do modelo WR-V.

Para a Moto Honda da Amazônia, nota-se um leve aumento na quantidade, com 112 fornecedores de peças de matérias-primas.



Honda Automóveis do Brasil 136 fornecedores de peças de matérias-primas	Moto Honda da Amazônia 112 fornecedores de peças de matérias-primas
--	--

NHC-S – New Honda Circle Suppliers

Anualmente, a Honda promove um programa de desenvolvimento chamado NHC (New Honda Circle). 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 New Honda Circle Suppliers (NHC-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 88 grupos. Destes, 12 grupos foram finalistas e participaram da cerimônia de premiação realizada em setembro de 2024. As três empresas vencedoras foram: em primeiro lugar, Sumidenso; em segundo lugar, a Bosal; e em terceiro lugar, a Mangels.

Na Moto Honda da Amazônia, o programa NHC Suppliers aconteceu de forma presencial com a participação de 74 equipes de fornecedores e contemplando 4 equipes vencedoras, que atuaram em diversos temas de melhoria da qualidade e aumento de eficiência. Além disso, em continuidade ao Programa de Sustentabilidade, a unidade de Manaus atuou em parceria com os fornecedores e parceiros de negócios e realizou a arrecadação de mais de 55 mil itens entre produtos de limpeza e higiene pessoal para ajudar instituições de Manaus e São Paulo.



New Honda Circle Suppliers - NHC-S Ambiental

A Honda também aplica anualmente o programa New Honda Circle Suppliers – NHC-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, consequentemente, a emissão de CO₂.

Em 2024, a Honda Automóveis do Brasil contou com a participação de 34 fornecedores que, juntos, deixaram de emitir 7.288 toneladas de CO₂ 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 2024, a Moto Honda apresentou aos seus fornecedores a Diretriz Global de Sustentabilidade da empresa. Na ocasião, foram demonstradas as ações da Honda para o Triplo Zero: Neutralidade de Carbono, Circulação de Recursos e Energia limpa e, também, solicitado o comprometimento dos fornecedores em relação ao tema por meio da assinatura do Honda Supplier Sustainability Guideline, ressaltando a importância da atuação conjunta e complementar para alcançar uma cadeia de suprimentos sustentável.

Com o objetivo de engajar a alta gestão, foi realizado um evento voltado à temática de sustentabilidade na programação do Encontro de Fornecedores de 2024. Na ocasião, foi possível reunir os líderes dos principais parceiros da Moto Honda para reforçar as diretrizes e metas de sustentabilidade da empresa e engajar a cadeia produtiva.

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.

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



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 mais de 1.100 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 2024, mais de 212 mil clientes foram ouvidos e puderam expressar suas opiniões, por meio de pesquisas da área de Pós-vendas, 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 2024, a Honda aplicou mais de 255.000 horas de treinamentos técnicos e comportamentais, à distância e presenciais, aos colaboradores de serviços e peças da rede.

Mais de
212 mil
clientes
puderam expressar
suas opiniões por
meio de pesquisas
da Honda

PROGRAMA BEST QUALITY

O programa Best Quality chegou em sua 17ª edição em 2024. 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 73 participantes, foi composta por testes práticos de diagnósticos em veículos, simulações de atendimentos, além de prova de conhecimento escrita.

Desde seu lançamento em 2007, o programa já registrou a participação de mais de 144 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. Assim, a Honda atua em conformidade às políticas e exigências legais.

Em 2024, não foram identificados casos de não conformidade com leis e/ou códigos voluntários.

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

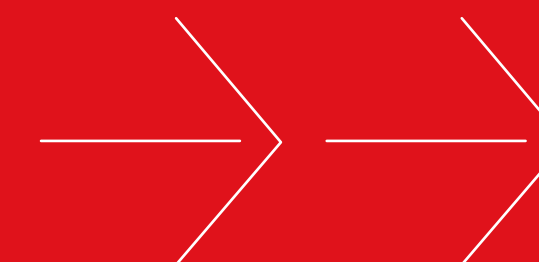


Relacionamento Digital

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.

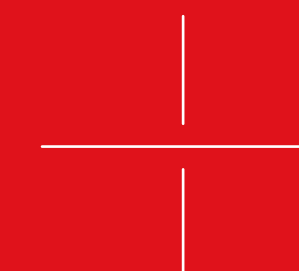
Ao fazer parte do myHonda, os clientes e fãs da marca têm acesso aos conteúdos de interesse, oportunidades e condições especiais, informações de produtos e serviços, além de gerenciarem seus dados de contato, preferências de comunicação, entre outras opções, em pleno atendimento à LGPD. Dessa forma, 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 e periodicidade indicada para troca de peças e componentes.

Além disso, os clientes podem consultar os valores de revisões e peças, além de agendar serviços, no conforto de sua casa.



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. Em todos os seus canais oficiais a Honda acumula mais de 16 milhões de seguidores no Brasil.

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.



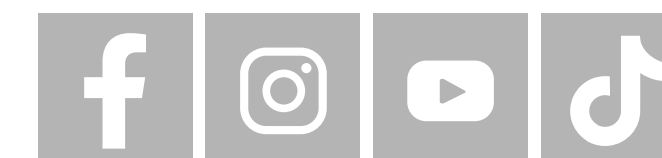
Acesse e confira
www.honda.com.br/redes-sociais/termos-de-uso

HONDA

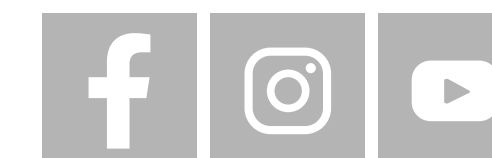
Institucional



Automóveis

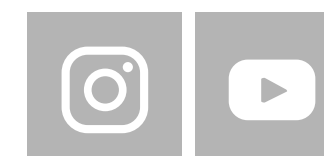


Motos



HONDA

Motores e Máquinas



Honda RACING

Honda Racing

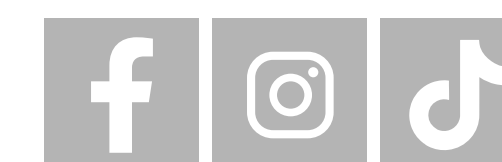


Honda Redrider



HONDA Consórcio

Consórcio Honda



HONDA Banco

Banco Honda



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 ao 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.



É com base nesta filosofia, que a Honda incorporou, em 2022, o tema Diversidade em sua matriz de materialidade, sob o tópico material “Gestão de Pessoas e Diversidade”, abordado mais adiante neste capítulo

Dados Gerais

[GRI 102-8, 103-2, 103-3/402]

Nas operações Honda da America do Sul, foram com 13.775 pessoas no quadro de colaboradores permanentes e 764 não permanentes em 2024. Cada um desses colaboradores pôde compartilhar desse ambiente de trabalho, pautado pelo respeito ao ser humano e que incentiva a realização e desenvolvimento profissional no longo prazo, além de receber remuneração alinhada às melhores práticas do mercado. Com essa filosofia, a Honda gerencia o seu capital humano e cria uma cultura corporativa que proporciona diferencial competitivo sustentável no longo prazo.

POR REGIÃO

Número total de colaboradores por contrato de trabalho

(permanentes e temporários)

2023

Norte/Nordeste – Brasil:
Temporário: 243
Permanente: 8.154

Sul/Sudeste – Brasil:
Temporário: 22
Permanente: 3.625

Argentina:
Temporário: 41
Permanente: 683

Chile:
Temporário: 05
Permanente: 81

Peru:
Temporário: 28
Permanente: 315

2024

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

POR GÊNERO

2023

2024

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



284 Temporário
11.070 Permanente



683 Temporário
11.746 Permanente



55 Temporário
1.788 Permanente



81 Temporário
2.029 Permanente

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



11.235 Tempo Integral
119 Meio Período



12.353 Tempo Integral
76 Meio Período



1.750 Tempo Integral
93 Meio Período



2.034 Tempo Integral
76 Meio Período

Diversidade e Inclusão

[GRI 405-1]

A Honda entende o tópico de Diversidade e Inclusão como de suma importância para a sociedade, visto que uma maior igualdade promove a estabilidade social e apoia o desenvolvimento econômico, além de contribuir para que a companhia tenha acesso a 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.

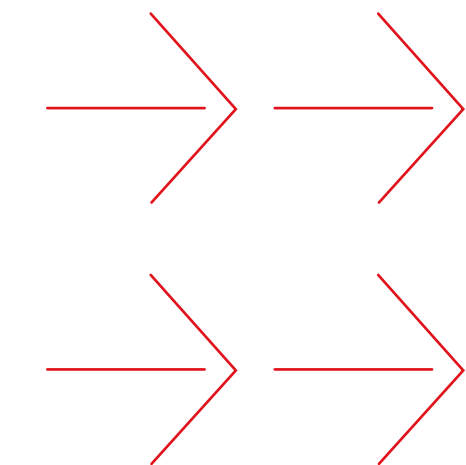
A Honda incorpora em seus valores os princípios de Diversidade, principalmente, a partir do conceito de Respeito ao indivíduo, presente na Filosofia Honda.



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, às oportunidades de progressão de carreira e às políticas de remuneração.



**○ Respeito
ao 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 ao 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	2023		2024	
	H	M	H	M
Diretores ³	19	1	17	1
Gerentes e Gerentes Gerais ⁴	184	19	188	20
Supervisores	397	82	365	78
Empregados – Administrativo	3.519	1.091	2.387 ¹	987
Empregados – Fábrica	6.950	607	8.867 ²	973

¹ A variação reflete uma mudança de conceito na definição dos cargos administrativos.
² A variação reflete uma mudança de conceito na definição dos cargos fabris, além de aumento no quadro de funcionários.
³ Em 2025, o cargo de Diretor passou a se chamar Head Divisão.
⁴ Em 2025, o cargo de Gerente Geral passou a se chamar Head Adjunto Divisão

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

- O percentual de mulheres em cargos de liderança na America do Sul alcançou a marca de 14,8% em 2024;
- 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 2024, as principais iniciativas incluíram:
 - Contratação de 41% das mulheres em cargos de níveis de entrada nos eixos de Vendas e Administração;
 - Recrutamento de mulheres para a fábrica de automóveis para início do segundo turno na planta de Itirapina, aumentando de 11% para 13% a força de trabalho feminina no quadro geral da fábrica de automóveis;
 - Alcance de equilíbrio de gênero de 50% nas contratações para o Programa de Estágio na fábrica de motocicletas e 100% da contratação no Programa de Trainees de mulheres nos eixos de Vendas e Administração.

Além disso, em 2025, foi criado um banco de talentos para atrair candidatas para as posições disponíveis, visando expandir futuramente a participação feminina nos cargos de liderança.

Ações de conscientização e capacitação

- Reforçando nosso compromisso de promover uma empresa diversa e, com base nas práticas da Filosofia Honda, foi realizado em 2024:
- Inclusão de Pessoas com Deficiência: na fábrica de automóveis, além da contratação de pessoas com deficiência auditiva, foi implementado um treinamento de Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) para colaboradores e o processo de integração de novos contratados foi aprimorado com a tradução em LIBRAS. Na fábrica de motocicletas, foram abertas vagas afirmativas para pessoas com deficiência e realizado um treinamento de jornada para criação de trilhas de aprendizagem com acessibilidade.
 - Desenvolvimento de Carreira de pessoas com mais de 50 anos no negócio de motocicletas: programa de treinamento contínuo para colaboradores operacionais com mais de 50 anos.
 - 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 e pode ser vista em cartazes pelas unidades e ouvidas pelos corredores da empresa. Quando o assunto é preservar a saúde e a segurança de colaboradores e terceiros, a Honda não só respeita a legislação vigente e a regulamentação dos setores em que atua, como também realiza investimentos constantes em ações voltadas para aumentar a segurança e promover a saúde do trabalhador.

A gestão da área de Saúde e Segurança apoia o plano estratégico da companhia. Além disso, todos os profissionais da Honda assumem o compromisso com a prevenção de acidentes, sendo que a alta administração possui papel importante nesse processo, apoiando iniciativas e proporcionando recursos para a idealização e realização de programas preventivos.

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



Ambiente livre de acidentes e incidentes

A fim de antecipar os possíveis riscos e os impactos que possam ser gerados em suas operações, a companhia utiliza metodologias e ferramentas para mapear todas as atividades existentes. Para cada uma das situações mapeadas existem procedimentos e soluções preventivos, que englobam a conscientização dos profissionais sobre a importância de pensar e agir sempre considerando a segurança de todos em primeiro lugar. O objetivo da Honda é alcançar o “acidente zero” em todas as unidades produtivas.

A Honda está sempre em busca de novas ferramentas e tecnologias para transmitir informações de segurança a todas as gerações. Um exemplo deste compromisso é a “pílula diária de segurança” na qual, logo no início da jornada de trabalho e antes de iniciar a produção, os colaboradores recebem instruções relacionadas à segurança de sua atividade.

Nos últimos anos, a taxa de frequência e gravidade dos acidentes tem diminuído significativamente, fruto de sua política de melhoria contínua e da aplicação de diversas metodologias e ferramentas, dentre elas:

Task Force: checklist de desvios comportamentais com o objetivo de mitigar ocorrências e definir ações com base nos principais desvios detectados no genba (expressão em japonês que significa “ir até o local e verificar a situação in loco”). A atividade fortaleceu o comportamento de segurança, aumentando a conscientização sobre segurança de todos os colaboradores envolvidos diretamente nas operações da unidade de Manaus.

Internal Brigade Olympic Games: a fim de reforçar a importância da prevenção de ocorrências emergenciais e promover a conscientização, foi criada a ação Internal Brigade Olympic Games na unidade da Honda Automóveis do Brasil. Os jogos estimulam a criatividade, o espírito de equipe e o desenvolvimento de habilidades de cada colaborador.

Safety Training for GENBA Referentes: treinamento específico em gestão de segurança preventiva, com objetivo de melhorar a cultura e aumentar a conscientização de segurança, bem como a percepção de risco de analistas e liderança da área de produção da fábrica da Honda Motor de Argentina.

Safety Observation Program: realização de patrulhas mensais, com viés em segurança e emergências, na Honda del Peru, incluindo a participação das lideranças, focado na identificação de perigos e riscos e na implementação de contramedidas em caso de condições inseguras identificadas.



Um time saudável

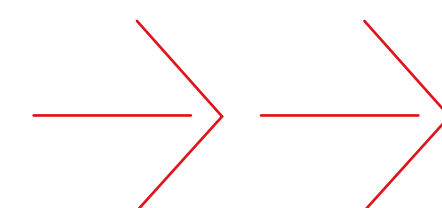
Na Honda, a segurança e o bem-estar físico e mental andam juntos. Nesse sentido, são realizadas diversas medidas para preservar a saúde dos colaboradores, como estudo de aspectos ergonômicos, atendimento médico especializado em casos de urgência e a promoção de campanhas de conscientização, como Outubro Rosa e Novembro Azul, focados na saúde feminina e masculina, e palestras sobre as temáticas de saúde mental e combate ao uso de entorpecentes e alcoolismo.

Além disso, a Honda oferece acompanhamento psicológico aos seus funcionários, proporcionando um ambiente de trabalho mais sadio em todos os aspectos.

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 2024 permanece em patamar elevado, com um aumento em relação ao indicador alcançado no ano anterior, com 91% de taxa de favorabilidade, que aponta a média geral das respostas de colaboradores satisfeitos. Houve melhoria em todos os fatores avaliados na pesquisa, a nível América do Sul, com destaque em reconhecimento do esforço, ambiente de trabalho e confiança na gestão. A pesquisa contou com a participação de 97,5% 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.



91% de taxa de favorabilidade foi atingida na pesquisa de clima 2024

Treinamento e capacitação

[GRI 404-1]

Com o objetivo de preparar as lideranças e colaboradores para se destacarem em um cenário global, houve a reestruturação do programa de idiomas. Essa ação não só amplia as oportunidades de desenvolvimento, mas também abre portas para um futuro em que todos podem alcançar seu máximo potencial, possibilitando a construção de uma organização mais forte e preparada para os desafios, inspirando cada indivíduo a ser um agente de mudança.

Além disso, os programas de liderança corporativos se mantiveram como estratégia importante para o desenvolvimento de novas competências. As ações tiveram papel fundamental para o alinhamento da atual liderança com as mais recentes tendências de mercado, garantindo o avanço das equipes em novas estratégias.

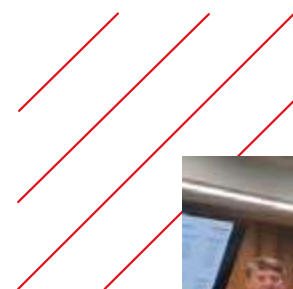
O Honda Academy, plataforma de treinamentos on-line, continua sendo um grande aliado no acesso aos treinamentos, auxiliando na ampliação e fortalecimento das ofertas de cursos, bem como o desenvolvimento de todos os colaboradores.

Na fábrica de Manaus, o fortalecimento dos treinamentos básicos foi determinante para avanço no desenvolvimento do público fabril. Com o objetivo de esclarecer as atribuições de cargos, foi realizado um trabalho de alinhamento das atividades e todas as trilhas de treinamento das carreiras operacionais e técnicas foram revisadas, com a definição de uma nova matriz de treinamentos básicos.



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**

GÊNERO	2023		2024	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Número médio de horas de treinamento realizado pelos empregados da organização durante o período de relatório	17,7	18,6	22,8	29,3
CATEGORIA FUNCIONAL				
Diretores	2,2	0,1	19,3	86
Gerentes e Gerentes Gerais	33,9	64,0	31,8	53,4
Empregados – Administrativo	22,9	19,6	37,8	32,7
Empregados – Fábrica	14,3	15,6	18,0	25,2



Escola de Liderança

Com foco em desenvolver internamente os líderes da empresa, os gestores da Honda são preparados para inspirar, coordenar e potencializar os talentos de suas equipes.

Tendo como base a filosofia da companhia, uma grade de treinamentos garante uma formação completa aos colaboradores com cargo de gestão, por meio de atividades e ferramentas, como projetos estratégicos em grupos multidisciplinares (Cross-Functional Team), Coaching Profissional, Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e Avaliação 360°.

Programa de Estágio

Essa é a principal porta de entrada para jovens profissionais que buscam um ambiente de trabalho inspirador que valorize aspectos como iniciativa, igualdade, confiança e comunicação.

Com duração máxima de 24 meses, dividido em três etapas, o programa contempla uma metodologia focada no aprendizado e vivência prática das experiências da área de atuação final. Além da participação em projetos e atividades da área definida, os estudantes desenvolvem uma proposta de melhoria relevante.

Durante todo o desenvolvimento, os estagiários são acompanhados pelos gestores da área e pelo departamento de Recursos Humanos.

Em outubro de 2024, a Honda lançou seu Programa de Estágio 2025. Foram oferecidas 42 vagas de estágio para atuação nas unidades de São Paulo (SP), Sumaré (SP) e Indaiatuba (SP) e 60 vagas na unidade de Manaus (AM).

→ **Programas estruturados para o desenvolvimento de jovens talentos**

Programa de Trainees

Ingressar em uma empresa sólida, com uma filosofia que valoriza o aprendizado e o desenvolvimento contínuo, pode ser uma grande oportunidade na carreira. Assim, a Honda realiza anualmente o Programa de Trainees.

O programa é voltado para recém-formados (até dois anos) com domínio da língua inglesa, de cursos como Administração, Ciência da Computação, Engenharias, Tecnologia, Estatística, Física, Marketing, Matemática, Sistemas de Informação, entre outros.

No primeiro ano do programa, os trainees passam os três primeiros meses em *job rotation* pelas principais áreas da empresa e os nove meses seguintes em atividades em suas próprias áreas de atuação, além de desenvolverem um projeto em grupo visando melhorias e inovação.

Já no segundo ano, estão previstos também o desenvolvimento de projetos de melhorias nas áreas atuantes, mentoria com gestores e uma grade de treinamento ao longo dos 24 meses do programa.

A Honda abriu o processo seletivo de seu programa de Trainee em dezembro de 2024, oferecendo 5 vagas para São Paulo (SP) e Sumaré (SP), para atuação nas áreas Comercial, Riscos, Marketing e Dados.

NHC

Anualmente, a Filosofia Honda é celebrada por meio do programa de desenvolvimento NHC (New Honda Circle). 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.

Os projetos devem ser desenvolvidos seguindo a metodologia do programa e são uma oportunidade para que os colaboradores aprendam sobre ferramentas da qualidade, troquem conhecimento e conquistem visibilidade e reconhecimento, já que os grupos destaques têm a oportunidade de participar de convenções nacionais e internacionais, 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 2024, participaram 9.068 colaboradores na América do Sul, formando 1.848 equipes. Além disso, para promover a troca de conhecimento entre unidades, foi realizada a



Convenção NHC América do Sul na cidade de Buenos Aires, sediada pela Honda Motor de Argentina. Participaram do evento os integrantes com projetos de destaque, totalizando 210 colaboradores de diferentes países como: Brasil, Argentina, Chile, Peru, Estados Unidos.

Para 2025, o programa foi reformulado e será implementado sob uma nova metodologia, com o novo nome: Honda Circle Next Challenges (HCNC), mas mantendo a base da Filosofia Honda em buscar a melhoria contínua.

**Programa
de melhoria
contínua
da Honda**

Comunidades Locais

[GRI 103-2, 103-3/203, 203-1]

A visão da empresa de compartilhar alegria com as pessoas não estaria completa sem a atuação da Honda junto às comunidades locais. Desde que foi fundada, a Honda busca contribuir com a sociedade e seus clientes, criando produtos e tecnologias de qualidade, coexistindo harmoniosamente e promovendo atividades filantrópicas com o objetivo de fortalecer os laços com as comunidades no entorno de suas operações.

Atualmente, diversas atividades sociais são realizadas mundialmente, com o objetivo

de compartilhar a alegria com pessoas e se tornar uma empresa desejada pela sociedade. A Honda também se esforça para apoiar iniciativas que reflitam as circunstâncias locais em suas atividades corporativas no exterior.

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).

Adotado mundialmente pela empresa, é por meio dele que a empresa demonstra a importância das relações que mantém com toda a sociedade. Sua construção foi baseada em quatro pilares – proteção ao meio ambiente, educação para as futuras gerações, atendimento às necessidades das comunidades locais e promoção de um trânsito mais seguro – que ajudam a companhia a direcionar as ações em prol do desenvolvimento social, econômico e ambiental com foco em auxiliar na construção de um mundo melhor e mais justo para as gerações futuras.

Buscando melhorar o direcionamento e foco de atuação dos projetos e ações sociais na região, a Honda conta com uma Política de Ações Sociais e Patrocínios que busca promover as diretrizes da Política Global dentro da realidade regional.

Durante o período de 1 de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024 foram realizadas 59 ações e projetos sociais, o que representou um investimento de cerca de 873 mil dólares. Desse valor, 8% (cerca de \$69.169) foram investimentos via Lei de Incentivo – Lei Rouanet.

Diversas atividades sociais são realizadas nas seis regiões das operações mundiais



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 2024, uma turma de 25 estudantes da cidade do Recife (PE) teve a oportunidade de passar pelo Curso de Formação de Profissionais, totalizando mais de 310 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 2ª turma do curso, que já beneficiou mais de 30 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

Semeando Sonhos - Coleta de Óleo de Cozinha

Realizado pela Honda Automóveis, o projeto Semeando Sonhos visa beneficiar instituições da comunidade local do entorno da fábrica de Itirapina (SP), por meio da venda de óleo residual de cozinha para empresas especializadas em reciclagem do produto.

A ação teve início em 2019 e contava com a doação do óleo gerado nas casas dos colaboradores, que depositavam voluntariamente o produto em pontos de coletas distribuídos pela empresa. Em seguida, o projeto começou a contar com a doação do óleo proveniente dos refeitórios da fábrica e da coleta em escolas do município, em que além de doar os coletores de armazenamento, a Honda promoveu campanhas de conscientização oferecendo palestras e peças teatrais para esclarecer os impactos negativos do descarte incorreto desse resíduo no meio ambiente.

A ação beneficia instituições que atendem 110 crianças e 23 idosos e, até o momento, já foram reciclados cerca de 3.243 litros de óleo, o que evitou a poluição de 81.081,50 litros de água, propiciando conscientização ambiental, a sustentabilidade do meio ambiente e promovendo integração entre empresa, colaboradores e a comunidade.



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 2024, 926 crianças e adolescentes foram beneficiados, pertencentes a instituições sociais localizadas na cidade de Sumaré (SP), no entorno da Honda.

Desde o início do projeto, já **foram doadas mais de 23 mil cestas**



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 500 colaboradores da fábrica de Manaus. Os voluntários contribuem com a doação de alimentos, montagem e entrega de cestas básicas.

Em 2024, os voluntários arrecadaram toneladas de alimentos, além das doações complementares da empresa. Cerca de 60 toneladas de mantimentos e mais de dois mil brinquedos foram doados em mais de 20 comunidades, beneficiando milhares de famílias.

**Argentina**

Pioneros en Movimiento, Unidos por la Sustentabilidad Vial

O projeto social “Pioneros en Movimiento, Unidos por la Sustentabilidad Vial” é um programa educacional da Honda Motor de Argentina (HAR) orientado a criar uma sociedade presente e futura na qual todos possam perseguir seus sonhos.

Teve início em 2013 com o objetivo de sensibilizar professores, pais e alunos de 6 a 12 anos de escolas públicas e particulares de ensino fundamental.

Os quatro pilares da Política Global de Ação Social da Honda (proteção ao meio ambiente, educação para as futuras gerações, atendimento às necessidades das comunidades locais e promoção de um trânsito mais seguro) são abordados por meio da apresentação de conteúdos representados por quatro super-heróis (Super Saber, La Chica Vialidad, Super Eco and Capitan Solidario).



A ação aumentou sua abrangência desde o lançamento de seu site, onde jogos educativos, papéis de parede e outros materiais estão disponíveis para download e para aumentar a conscientização sobre os quatro pilares.

Para os alunos que não possuem conexão com a internet, o projeto também conta com uma história em quadrinhos com conteúdo educativo, que oferece igual oportunidade de acesso à informação e aprendizado por meio da brincadeira. No final do ano, é realizado um concurso para escolher a “Escuela mas Pionera”.

Utilizando recursos educativos como jogos, peças teatrais, circuitos de trânsito, coleta seletiva e reciclagem de resíduos, de agosto a dezembro de 2024, a ação beneficiou 23.157 pessoas, tanto nas atividades presenciais quanto on-line.

O compromisso com a comunidade local é um valor para a Honda



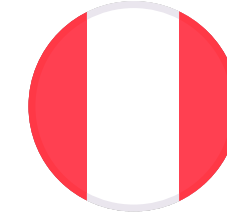
Argentina



Jornada de Empleabilidad

Com o objetivo de unir esforços para promover a cultura da sustentabilidade, a Honda Motor de Argentina (HAR) juntamente com o Grupo de Responsabilidade Social Corporativa Acerca (RSE), formado por 17 empresas de diferentes setores, realizaram em novembro de 2023 a ação denominada “Jornada de Empleabilidad”.

Foram beneficiados 365 jovens de escolas secundárias e técnicas (públicas e privadas) da cidade de Campana, na Argentina. A ação social visa compartilhar ferramentas, experiências e orientar os jovens sobre temas como: redação de currículos, realização de entrevistas de emprego, marketing pessoal, entre outros.



Peru

Curso profesional de conducción de motocicletas

Nos meses de abril a outubro de 2024, a Honda del Peru (HDP) desenvolveu o “Curso profesional pilotagem de motocicletas”. A ação beneficiou cerca de 1.000 participantes.

O curso conta com monitores voluntários que ministram aulas práticas e teóricas para ensinar as leis de trânsito e os métodos de pilotagem para a comunidade em geral, clientes e potenciais clientes. A ação está em linha com as iniciativas da Honda pela harmonia no trânsito e no objetivo de contribuir para um trânsito mais seguro para todos.



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.

Conforme explanado com mais detalhes no capítulo 3 deste relatório (Estratégia de Sustentabilidade), a Honda definiu diretrizes específicas para concretizar a Visão 2030, o que inclui o desenvolvimento de soluções diversificadas de mobilidade.

Dessa forma, o capítulo “Mobilidade e Inovação” apresenta as iniciativas, pesquisas e tecnologias de ponta da Honda e como elas convergem para consolidar uma sociedade livre de emissões de carbono e de acidentes de trânsito.

Vale pontuar que 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.

Iniciativas globais rumo a uma sociedade livre de emissões de carbono

Direcionamento das Iniciativas de Eletrificação em Automóveis

Em maio de 2024, a Honda Motor realizou uma coletiva de imprensa sobre o progresso alcançado em direção à transformação de seus negócios e eletrificação.

O ambiente em torno da eletrificação automotiva está passando por mudanças significativas e, em algumas regiões, a sensação de uma desaceleração no crescimento do mercado de EVs (veículos elétricos) está ganhando atenção. Existem várias abordagens em relação ao objetivo de neutralidade de carbono da Honda para 2050.

Por outro lado, a Honda não mudou a sua convicção de que os EVs são a solução mais eficaz na área de produtos de pequena mobilidade, como motocicletas e automóveis. Olhando para a tendência a partir de uma perspectiva de longo prazo, a Honda está confiante de que a mudança para os EVs continuará a ocorrer de forma constante. Sem se deixar levar pelas atuais mudanças na situação, a Honda deve olhar adiante, para o período de popularização dos EVs, que começará na segunda metade da década de 2020 e construir uma marca e um negócio de EVs fortes numa perspectiva de médio e longo prazo.

Para a “Honda 0 Series”, uma série global de veículos elétricos que será a flagship da Honda, um total de sete modelos serão



lançados globalmente até 2030, incluindo vários modelos que variam de pequeno a grande porte. Como parte da eletrificação com o uso do Honda Mobile Power Pack e: (MPP), a Honda lançará um produto de micromobilidade no Japão que será equipado com 4 MPPs antes do final do ano fiscal de 2026, aprimorando as aplicações dos MPPs.

A Honda oferecerá seus modelos híbridos mais avançados a um grande número de clientes em todo o mundo. Ao mesmo tempo, a estrutura do nosso negócio ICE (motor a combustão interna), que inclui modelos híbrido-elétricos, será ainda mais fortalecida para garantir lucros consistentes. Depois, os fundos gerados pelos negócios da ICE serão investidos em veículos elétricos e outros novos negócios.

Desenvolvimento de soluções diversificadas de mobilidade para o futuro

Estratégia de Eletrificação em Motocicletas

Esforçando-se para alcançar a neutralidade de carbono para toda a linha de motocicletas durante a década de 2040, a Honda irá acelerar a eletrificação de seus modelos, como o foco principal das estratégias ambientais para o negócio no segmento de duas rodas, enquanto também continuará avançando nos motores de combustão interna.

A Honda planeja apresentar 30 modelos de motocicletas elétricas globalmente até 2030 e visa aumentar as vendas anuais de modelos elétricos para 4 milhões de unidades até 2030.

Como a maior fabricante de motocicletas do mundo, a Honda continuará liderando a indústria nesta “era da neutralidade de carbono”, oferecendo a “alegria de pilotar” com as suas motocicletas elétricas e produtos com novo valor, aproveitando o alto nível de compatibilidade de tecnologia de software e modelos eletrificados.

A empresa ainda anunciou que até 2030 se esforçará para reduzir o custo das motocicletas elétricas acabadas em 50% em comparação com o custo dos modelos elétricos atualmente disponíveis, alimentados por baterias intercambiáveis. Para isso, a Honda irá adotar

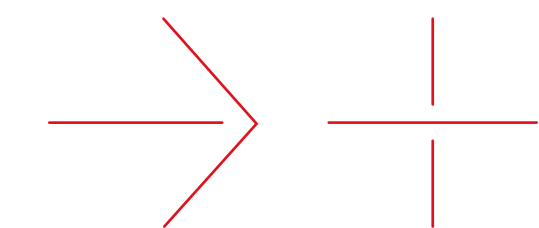


modelos plug-in, otimizar as células da bateria, aumentar a eficiência de compras e produção com a adoção de módulos comuns, e aumentar a eficiência da produção por meio de diversas medidas, como a produção em fábricas dedicadas a modelos elétricos.

Para a eletrificação das suas motocicletas, a Honda está investindo 100 bilhões de ienes durante o período de 5 anos, de 2021 a 2025, e investirá mais 400 bilhões de ienes durante o período dos

próximos 5 anos, de 2026 a 2030, totalizando aproximadamente 500 bilhões de ienes ao longo de 10 anos antes do final da década.

A partir de 2031, a Honda aumentará ainda mais a sua competitividade, investindo no estabelecimento de um sistema e capacidade de produção numa base global e avançando ainda mais nas tecnologias de software para maximizar as vendas de motocicletas elétricas.



Para o segmento de motocicletas, a **Honda planeja 30 modelos elétricos até 2030** em seus mercados globais

Parcerias estratégicas para desenvolvimento de tecnologias

Acordo para pesquisas conjuntas sobre tecnologias fundamentais

A Nissan Motor Co., Ltd. e a Honda Motor Co., Ltd. anunciaram que as duas empresas firmaram um acordo em realizar pesquisas conjuntas sobre tecnologias fundamentais na área de plataformas para veículos definidos por software (SDVs, sigla em inglês para software-defined vehicles) de próxima geração.

As duas empresas acreditam que a área de software, incluindo a condução autônoma, conectividade e IA (inteligência artificial), que irá estabelecer o valor dos veículos no futuro e se tornará uma

fonte de competitividade, é um campo em que a inovação tecnológica é extremamente rápida e as sinergias podem ser facilmente obtidas por meio da fusão de recursos de ambas as empresas, como conhecimento tecnológico e recursos humanos.

Com base nessa visão compartilhada, a Nissan e a Honda firmaram um acordo de pesquisa conjunta sobre tecnologias fundamentais para a plataforma SDV de próxima geração e consideram a possibilidade de fornecer novo valor por meio da cocriação.



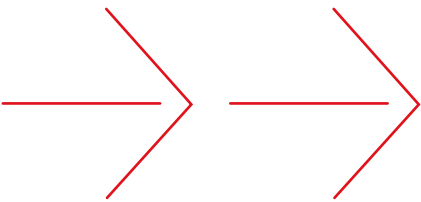
Pesquisa conjunta sobre tecnologias de inteligência artificial

A Honda anunciou, em setembro de 2024, o início de uma pesquisa conjunta sobre tecnologias de IA (inteligência artificial) com os Institutos Indianos de Tecnologia (IITs), mais especificamente, o Instituto Indiano de Tecnologia de Déli (IIT Déli) e o Instituto Indiano de Tecnologia de Bombaim (IIT Bombay), para avançar ainda mais o Honda CI (Inteligência Cooperativa, CI), a IA original da Honda que permite o entendimento mútuo entre máquinas e pessoas.

A Honda tem trabalhado em pesquisa e desenvolvimento de CI com o objetivo de

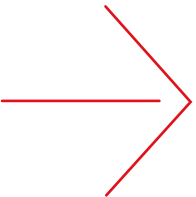
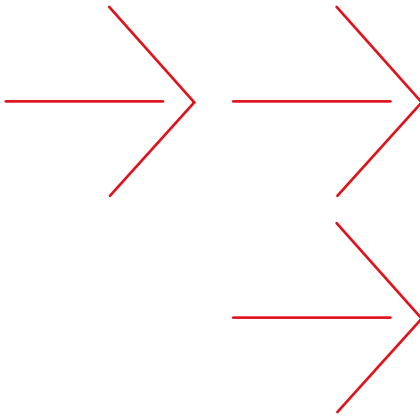
concretizar uma sociedade onde cada pessoa possa desfrutar da alegria e liberdade da mobilidade e conduziu demonstrações da tecnologia como um conceito de seu veículo/robô de micro mobilidade alimentado por CI na cidade de Joso, província de Ibaraki, Japão.

Visando alcançar mais avanços em CI, a Honda e os IITs definiram temas de pesquisa conjuntos, como reconhecimento do ambiente ao redor e cultivo de comportamento cooperativo, e conduzirão pesquisa e desenvolvimento conjuntos enquanto utilizam tecnologias IA de ponta.



08

SUMÁRIO DE
CONTEÚDO GRI



Sumário de Conteúdo GRI Standards
[GRI 102-55]

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU URL	OMISSÃO
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016			
Disclosures Gerais			
GRI 102: Disclosures Gerais 2016	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 67 a 75	
	102-9 – Cadeia de fornecedores	página 61	
	102-10 – Mudanças significativas na organização e na cadeia de fornecedores	página 62	
	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 SIMEFRE – Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários, Rodoviários e Duas Rodas 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			
Disclosures Gerais			
GRI 102: Disclosures Gerais 2016	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	2024	
	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, entre em contato pelos telefones: Motocicletas e Produtos de Força: 0800 055 22 21 Automóveis: 0800 017 12 13 Banco Honda: (11) 2172 7080 Consórcio Honda: (11) 2172 7007	
	102-54 – Declaração de acordo com Standards GRI	página 12	
	102-55 – Sumário de conteúdo da GRI	página 85 a 89	
	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 57 a 66	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 57 a 66	
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 65	
Satisfação dos clientes			
GRI 103: Forma de Gestão	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 63	
Item de controle próprio	• Clientes ouvidos em pesquisa de satisfação • Pesquisas de imagem de marca e premiações públicas	páginas 20, 24, 58 e 64	
Mobilidade e Inovação			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 81	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 81	
Item de controle próprio	• Novos lançamentos em produtos e serviços • Reporte das inovações globais da marca	página 81 a 83	
Educação e Segurança no Trânsito			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 51 a 56	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 51 a 56	
Item de controle próprio	• Metas e ou compromissos para promoção da segurança no trânsito • Novas tecnologias nos produtos • CETH pessoas impactadas • Novas iniciativas (convênios) • índice de atendimento recall Takata	página 51 a 56	
Emissões e Ecoeficiência operacional			
Emissões			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 39 a 44	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 39 a 44	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 39 a 44	
GRI 305: Emissões 2016	305-1 – Emissões diretas de GEE (Escopo 1)	página 42	
	305-2 – Emissões indiretas de GEE pela compra de energia (Escopo 2)	página 42	
	305-4 – Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	página 43	
	305-7 – Emissões de NO _x , SO _x e outras emissões atmosféricas significativas	página 43	

STANDARD GRI	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU URL	OMISSÃO
TÓPICOS MATERIAIS			
Emissões e Ecoeficiência operacional			
Ecoeficiencia das operações			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 45	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 45	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 45	
Energia			
GRI 302-1: Energia	GRI 302-1: Energia	página 45 e 46	
	GRI 302-3: Taxa de Intensidade Energética	página 45	
	GRI 302-4: Redução no consumo de Energia	página 46	
Água			
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 e 47	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 46 e 47	
GRI 303: Água 2016	303-1 – Consumo de água por fonte	página 46	
Resíduos e Reciclagem			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 48 e 49	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 48 e 49	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 48 e 49	
GRI 306: Efluentes e resíduos 2016	306-2 – Resíduos por tipo e método de disposição	página 48	
Gestão de Pessoas e Diversidade			
Relações Trabalhistas			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 67	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 67	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 67	
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 71	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 71	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 71	
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 71 e 72	não detalhado
Treinamento e Educação			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 73 e 74	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 73 e 74	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 73 e 74	
GRI 404: Treinamento e Educação 2016	404-1 – Média de horas de treinamento por ano, por empregado	página 73	
Diversidade e Inclusão			
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 – Explicação do tópico material e seus limites	página 69	
	103-2 – Forma de gestão e seus componentes	página 69 e 70	
	103-3 – Avaliação da forma de gestão	página 69 e 70	
GRI 405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados	GRI 405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados	página 69 e 70	
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	

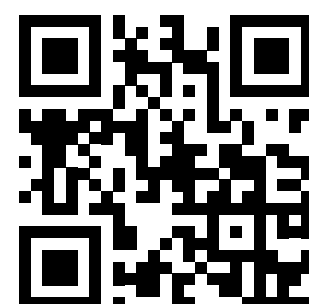
Créditos e Informações Corporativas

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

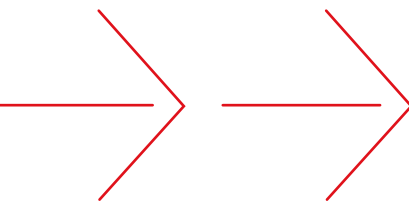
Fotos
Acervo Honda, Freepik e The Noun project, Unsplash, Pexel e Adobe Stock



Site Honda
www.honda.com.br/



LinkedIn Honda Brasil
www.linkedin.com/company/honda-brasil/



HONDA
The Power of Dreams

How we move you.
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT

