



## COMUNICADO DE PRENSA

### Resumen de la presentación de la nueva asociación entre Honda y Aston Martin Aramco Formula One® Team

**Tokio, Japón. 20 de enero de 2026.-** Honda Motor Co. (Honda) llevó a cabo un evento en Tokio, Japón, para marcar el lanzamiento oficial de la asociación entre Honda y el Aston Martin Aramco Formula One Team. Honda participará en el Campeonato Mundial de Fórmula Uno (F1) de la FIA<sup>1</sup> a partir de la temporada 2026 como proveedor de Unidades de Potencia (UP) en el marco de una asociación de trabajo con el Aston Martin Aramco Formula One Team.

A continuación un resumen de lo que declararon en el evento los tres ejecutivos siguientes:

- Toshihiro Mibe, CEO Global de Honda
- Stefano Domenicali, Presidente y CEO de Fórmula 1
- Lawrence Stroll, Presidente Ejecutivo del Aston Martin Aramco Formula One Team



<sup>1</sup> Fédération Internationale de l'Automobile

#### Discurso de Toshihiro Mibe, CEO mundial de Honda

##### Significado y punto de partida de la participación de Honda en la F1

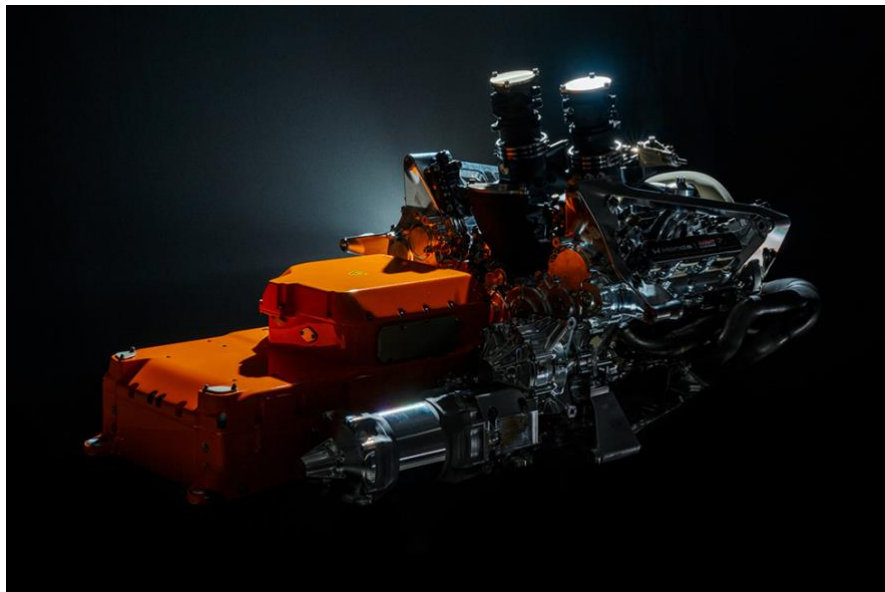
En 1964, cuando Honda acababa de empezar a vender automóviles, la empresa asumió el reto de participar en la F1, la serie de carreras automovilísticas más prestigiosa del mundo. Superando numerosas dificultades, consiguió su primera victoria en F1 en el segundo año, en el Gran Premio de México de 1965. Desde entonces, desde mediados de los 80 hasta principios de los 90, Honda floreció en una época dorada, junto con Williams y McLaren. Más recientemente, Honda protagonizó momentos emocionantes, como la victoria en el Campeonato de Pilotos, junto con Red Bull Racing.

La participación de Honda en la F1, encarna el espíritu del fundador de la empresa, Soichiro Honda, que inspiró a los ingenieros de la marca para “comprometerse a convertirse en el número 1 del mundo” y a “aceptar los retos más difíciles”. También es el punto de partida del enfoque de Honda, tradicionalmente perseguido, de aceptar retos difíciles.

### **Honda se compromete a asumir nuevos retos en la nueva era de la F1**

En 2026, la F1 experimentará un importante cambio en la normativa tanto para el chasis como para las UP. En el caso de las UP, la potencia eléctrica producida por el motor y la batería se triplicará aproximadamente con respecto a la actual, y se exigirá el uso de combustible sostenible avanzado para el motor. En otras palabras, la F1 está evolucionando hacia un deporte del motor de nueva generación, que asume retos tanto de electrificación como de descarbonización. Además, el sistema de limitación de costos de la F1<sup>2</sup> exige que cada fabricante de UP busque la eficiencia en el desarrollo para lograr los máximos resultados con recursos de desarrollo limitados.

En esta nueva era de la F1, Honda está posicionando la F1 como un símbolo de desafío e innovación, y Honda Racing Corporation (HRC), el área de competición global de Honda, desarrolló el RA626H, la nueva UP para la temporada 2026. Luchando por convertirse en el número 1 del mundo, Honda seguirá asumiendo retos junto con el Aston Martin Aramco Formula One Team.



RA626H, la nueva UP de Honda en F1

<sup>2</sup> Un límite de coste fijado por la FIA para el gasto anual asociado al suministro de UP. Existe un sistema similar para fijar un límite de gasto anual para cada equipo.

### **La nueva marca H y la experiencia de HRC**

Las máquinas propulsadas por el RA626H llevarán una nueva marca H con un diseño renovado, que Honda ha adoptado como nuevo símbolo representativo de su negocio automovilístico. Esta nueva H simboliza la transformación del negocio automovilístico de Honda y se utilizará para las máquinas de F1, así como para las máquinas Honda en otros deportes de motor (Honda tiene la intención de incluir IndyCar, Super GT, Super Formula Championship y Super Taikyu Series).

Además, aprovechará las tecnologías y la experiencia que HRC acumule a través de la F1 y otras actividades de deportes de motor e introducirá modelos de producción específicos de HRC que ofrezcan un rendimiento de conducción más refinado. De este modo, las actividades deportivas de Honda contribuirán aún más a la mejora del negocio automovilístico. Con la introducción en el mercado de modelos con especificaciones HRC, incluido un modelo de producción basado en el Civic Type R HRC Concept, Honda ofrecerá a una gama más amplia de clientes la oportunidad de sentir la “alegría de conducir” y la pasión y el compromiso de Honda por afrontar retos.

Honda considera la F1 no solo como la cúspide de la tecnología del automovilismo, sino como un lugar para desarrollar sus recursos humanos. Los ingenieros de Honda, rigurosamente capacitados en la competición mundial, volverán al desarrollo de modelos de producción y crearán productos que ofrezcan aún más alegría e inspiración a sus clientes.



Vehículo de F1 de la temporada 2026 que lleva la nueva marca H

### **Aplicaciones y contribuciones de las tecnologías de la F1 al futuro de la movilidad**

Las tecnologías perfeccionadas en la F1, como las tecnologías para la combustión de alta eficiencia y la gestión térmica; las tecnologías en el área de la alta velocidad de rotación, incluidos los motores de alta potencia y los turbocompresores de gran tamaño; así como las tecnologías de combustibles sostenibles, se están aplicando no solo a los modelos HEV y EV de próxima generación, sino a los productos Honda que mejoran la movilidad en los cielos, como los motores eVTOL y de aeronaves.

Para ser más específicos, la experiencia en combustibles sostenibles ya se ha aplicado a los Combustibles de Aviación Sostenibles (SAF, por sus siglas en inglés), así como a los combustibles para propulsar eVTOL, que se están estudiando actualmente. Además, las tecnologías de componentes rotativos de alta velocidad, como turbos y motores, se han aprovechado recíprocamente para los motores de aviación y las UP de F1, y se están perfeccionando mediante aplicaciones en el mundo real. Esta sinergia circular está en marcha dentro de Honda.

Honda aprovechará las tecnologías de F1 como punto de partida para seguir facilitando la innovación tecnológica para una amplia gama de movilidad por tierra, mar, cielo y espacio exterior y contribuir al avance de productos y servicios de movilidad y a la realización de una sociedad sostenible.

### **Creciente popularidad de la F1 y determinación de Honda**

En los últimos años, gracias a los socios de retransmisión, los contenidos de las redes sociales, los servicios globales de streaming y las películas, la base de aficionados a las carreras de F1 está creciendo rápidamente en todo el mundo, con 827 millones de aficionados globales en 2025. El Gran Premio de Japón del año pasado en el circuito de Suzuka, registró un récord histórico de espectadores desde la importante renovación del circuito en 2009, lo que indica un aumento sin precedentes de la emoción y la popularidad. Honda quiere compartir la alegría de ganar con los aficionados que la han apoyado a lo largo de los años, así como con las nuevas generaciones de aficionados a la F1 y a Honda.

A partir de la temporada 2026, llevará a cabo sus actividades en la F1 bajo un nuevo logotipo que representa la asociación entre Honda y la F1. Junto con Aston Martin Aramco Formula One Team, Honda competirá para transmitir la verdadera emoción y el valor de asumir retos para llegar a la cima del mundo, y agradecemos sinceramente su continuo apoyo.



### **Discurso de Stefano Domenicali, Presidente y CEO de la Fórmula 1**

Este es un momento emocionante para el deporte de la F1, ya que Honda y el Aston Martin Aramco Formula One Team se unen para luchar por el mayor premio de la F1.

La Fórmula 1 comenzó a competir en Japón en 1976 antes de trasladarse a Suzuka en 1987, por lo que existe una profunda lealtad y conexión con el país donde se ha decidido un récord de 13 Campeonatos del Mundo de Pilotos a lo largo de los años. El deporte está creciendo en Japón, donde ya hay casi 17 millones de apasionados e increíbles aficionados a la F1. El año pasado, el Gran Premio de Japón en Suzuka acogió a 266,000 asistentes durante el fin de semana y registró un aumento interanual del 26% en la audiencia televisiva en Japón. El regreso de Honda a la F1 este año impulsará aún más el potencial de este deporte en el mercado japonés.

Globalmente, el deporte está creciendo con 827 millones de aficionados en todo el mundo. La estrategia de la F1 es llegar a los aficionados en espacios donde la gente no espera encontrarlo, como la cultura, el entretenimiento, la música, la televisión y el cine. Un deporte sano es bueno para todos los implicados. Los equipos de F1 están prosperando y gozan de una sólida salud financiera, atrayendo a prestigiosos patrocinadores de primer orden y demostrando el incomparable atractivo del ecosistema de la F1 para las marcas mundiales.

La emocionante próxima generación de reglamentos para 2026 es uno de los factores que ha atraído de nuevo a Honda a este deporte. El reglamento actualizará tanto el chasis como las UP, en la mayor revisión de la historia de este deporte. Habrá un motor híbrido simplificado que funcionará con combustible sostenible avanzado sin afectar al rendimiento.

La F1 se hace eco del compromiso de Honda y del Aston Martin Aramco Formula One Team con la sostenibilidad, y está en camino de alcanzar el objetivo de Net Zero para 2030, habiendo logrado ya una reducción del 26% en las emisiones de carbono a finales de 2024 en comparación con

2018. La F1 da la bienvenida a las innovaciones que están por venir y trabaja con socios como Honda para superar los límites.

### **Discurso de Lawrence Stroll, presidente ejecutivo de Aston Martin Aramco Formula One Team**

Es un honor estar en Japón para celebrar esta nueva asociación. El Aston Martin Aramco Formula One Team y Honda comparten muchos valores, lo que ha forjado un fuerte vínculo de cara a 2026 y más allá.

El nuevo Centro Tecnológico Aston Martin en Silverstone, Reino Unido, ya está terminado, lo que refuerza aún más la organización como nunca antes. El nuevo túnel de viento está demostrando ser un activo vital para el desarrollo, además del nuevo centro de datos que se está construyendo para reforzar aún más las capacidades del equipo. El equipo está superando los límites y trabajando sin descanso con el éxito futuro como objetivo principal.

El Aston Martin Aramco Formula One Team está iniciando una verdadera colaboración con Honda, lo que significa que el chasis y la Unidad de Potencia se diseñan como un paquete integrado, una medida crucial para la aspiración de ganar campeonatos. El equipo también se enorgullece de contar por primera vez con Aramco como proveedor de combustibles sostenibles y con Valvoline como proveedor de lubricantes. Estas sólidas colaboraciones técnicas son absolutamente vitales para el éxito y queremos dar las gracias a Honda, Aramco y Valvoline por compartir la misma visión y trabajar incansablemente codo con codo.

La estrecha colaboración entre la sede británica del Aston Martin Aramco Formula One Team y HRC Sakura en Japón ya se ha convertido en una asociación muy estrecha, que ahora cuenta con todo lo necesario para alcanzar el éxito. Los pilotos del equipo también tienen una gran confianza en Honda PU y sus ingenieros. El nuevo cargo de Andy Cowell como director de estrategia refleja lo estrechamente que todos trabajan juntos. La enorme experiencia de Andy está ayudando al equipo a avanzar.

Todos los aficionados del Aston Martin Aramco Formula One Team en Japón están invitados a unirse al equipo en este viaje, en el que se enfrenta al reto de ganar juntos. Con Honda, el equipo luchará por la victoria y escribirá un nuevo capítulo en su historia. Es emocionante estar en este viaje y agradecemos su continuo apoyo.