

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

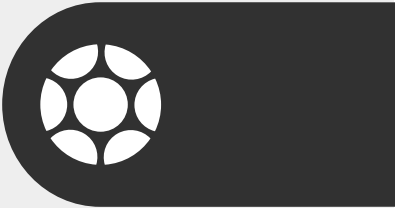
2025



marcopolo.com.br

 **Marcopolo**

ÍNDICE



01

SOBRE O RELATÓRIO

- 05 Materialidade e Engajamento das Partes Interessadas
- 06 Mensagem da Alta Administração

02

GOVERNANÇA

- 08 Sobre a Marcopolo
- 09 Negócios e Mercados
- 11 Unidades Brasileiras
- 12 Unidades no Exterior
- 13 Governança
- 13 Composição Acionária
- 14 Estrutura Societária
- 14 Estrutura Organizacional
- 15 Remuneração dos Administradores
- 15 Gestão de Riscos
- 15 Estratégia
- 15 Alinhamento com Unidades do Exterior
- 16 Participação na COP30 e na C.A.S.E.
- 17 Inovação
- 18 Marcopolo Next
- 19 Marcopolo Motorhome
- 19 Gestão Integrada do Negócio
- 20 Ética e *Compliance*
- 20 Código de Conduta
- 20 *Compliance*
- 21 Canais de Ouvidoria
- 21 Política de Privacidade de Dados Pessoais

03

DESEMPENHO FINANCEIRO

- 23 Desempenho do Setor de Ônibus no Brasil
- 24 Desempenho da Marcopolo
- 25 Unidades Registradas na Receita Líquida
- 25 Produção
- 26 Participação de Mercado
- 27 Receita Líquida Consolidada
- 27 Resultado Bruto e Margens
- 28 Despesas com Vendas
- 28 Despesas Gerais e Administrativas
- 28 Outras Receitas/Despesas Operacionais
- 28 Resultado de Equivalência Patrimonial
- 28 Resultado Financeiro Líquido
- 29 EBITDA
- 29 Lucro Líquido
- 29 Endividamento Financeiro
- 30 Geração de Caixa
- 30 Geração de Valor
- 31 Desempenho das Controladas e Coligadas
- 32 Auditores Independentes
- 33 Mercado de Capitais
- 33 Capital Social
- 33 Desempenho das Ações da Marcopolo na B3
- 34 Dividendos e Juros sobre Capital Próprio
- 34 Investimentos/Imobilizações
- 34 Fatos Relevantes e Comunicados ao Mercado

04

GESTÃO DE PESSOAS

- 36 Conhecendo a Equipe Marcopolo
- 37 Diversidade e Inclusão
- 38 Relacionamento com Colaboradores
- 39 Satisfação dos Colaboradores
- 40 Benefícios aos Colaboradores e Familiares
- 41 Capacitação de Colaboradores
- 42 Direitos Humanos e Relações Trabalhistas
- 42 Sistema de Gestão de Saúde e Segurança

05

RELACIONAMENTO COM PARTES INTERESSADAS

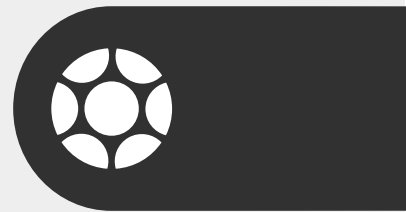
- 46 Visão Geral
- 47 Relacionamento com Clientes
- 47 Relacionamento com Investidores
- 48 Relacionamento com Fornecedores
- 48 Relacionamento com as Comunidades
- 49 Fundação Marcopolo
- 52 Prêmios e Reconhecimentos
- 53 Participação em Associações

06

GESTÃO AMBIENTAL

- 55 Visão Geral
- 56 Investimentos em Gestão Ambiental
- 57 Energia
- 58 Emissões
- 59 Água e Efluentes
- 60 Materiais e Resíduos: Processo Produtivo
- 61 Reuso e Reciclagem
- 62 Ciclo de Vida

-
- 63 ÍNDICE DE CONTEÚDOS GRI
 - 64 CRÉDITOS



O1 SOBRE O RELATÓRIO

GRI 2-3, 2-14, 2-22, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3



Sobre o Relatório

Apresentamos o Relatório de Sustentabilidade das empresas Marcopolo referente ao ano de 2025.

A Marcopolo manifesta seu compromisso com a sustentabilidade em sua visão de negócios, que é “Ser protagonista em soluções de mobilidade de forma sustentável”. Esse compromisso também está contido em seus Valores, em suas estratégias de negócios e no relacionamento com a comunidade, com foco no desenvolvimento social.

As práticas de sustentabilidade estão interligadas nos aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG).

Este relatório contempla informações referentes a 2025 sobre as unidades controladas da Marcopolo no Brasil e no exterior. O relatório tem como base as diretrizes do **Global Reporting Initiative (GRI Standard 2021/2023)** e do **International Integrated Reporting Council (IIRC)**, estabelecido pelo **IASB - International Accounting Standards Board**. As informações financeiras são consolidadas.





Materialidade e Engajamento das Partes Interessadas

A última pesquisa de materialidade realizada pela Marcopolo ocorreu no final de 2023, envolvendo representantes das partes interessadas nos sete países onde possui unidades industriais, considerando os temas de maior importância nos tópicos ambientais, sociais e de governança desenvolvidos pela empresa.

Os públicos consultados contaram com fornecedores, prestadores de serviço, representantes de vendas, concessionários, clientes, imprensa, associações de classe, instituições governamentais, parceiros de projetos sociais, de projetos de inovação e de pesquisa e desenvolvimento, investidores, instituições financeiras, colaboradores, gestores e membros do Conselho de Administração da Marcopolo. Os temas pesquisados foram os seguintes:

- Ambiental

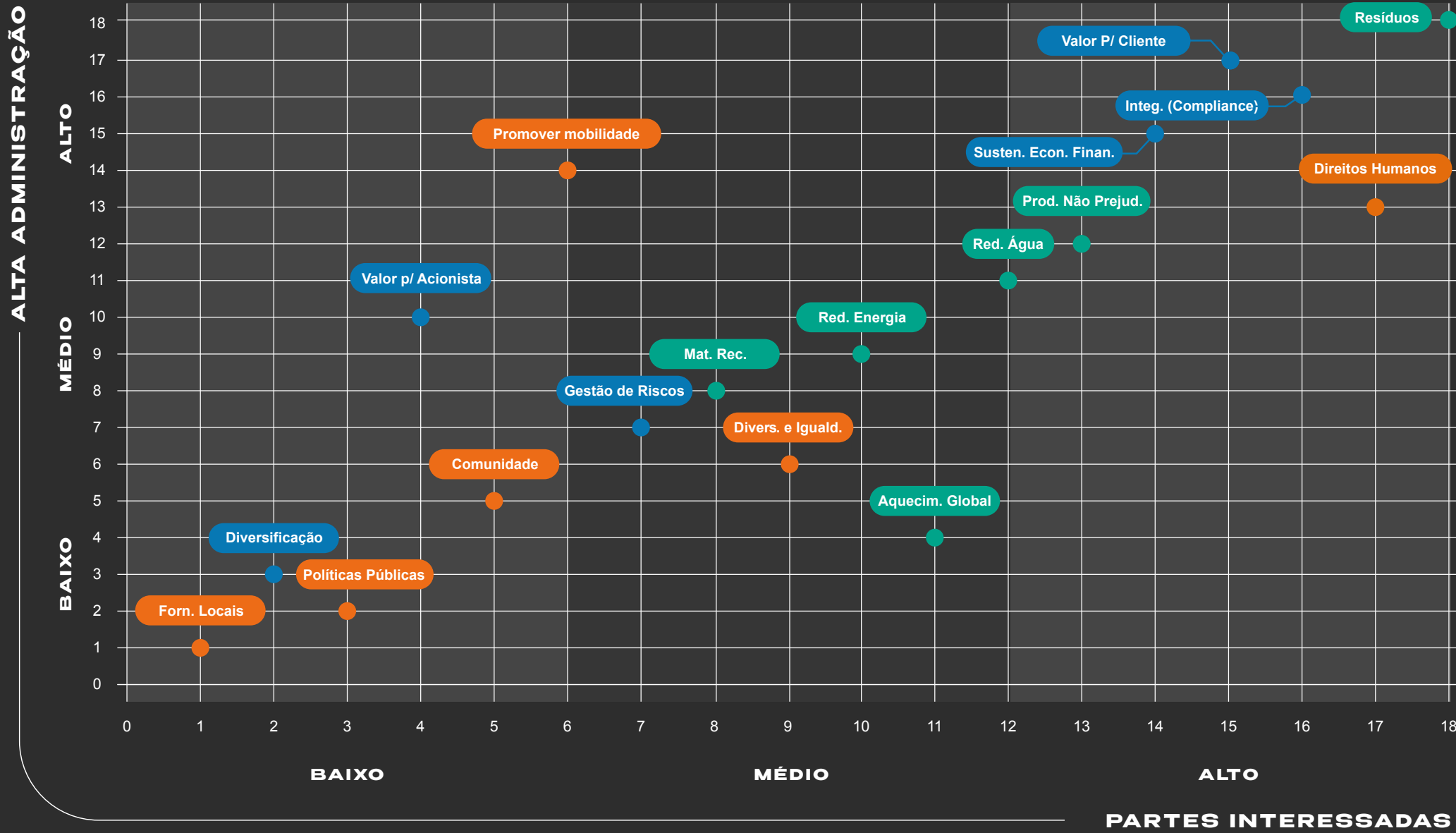
 - 01 Utilização de materiais recicláveis
 - 02 Redução do consumo de energia
 - 03 Redução do consumo de água
 - 04 Destinação adequada de efluentes e resíduos
 - 05 Desenvolvimento de produtos não prejudiciais ao meio-ambiente
 - 06 Combate ao aquecimento global
- Governança

 - 07 Sustentabilidade econômico-financeira
 - 08 Geração de valor para o acionista
 - 09 Geração de valor para o cliente
 - 10 Gestão de riscos ao negócio
 - 11 Diversificação dos negócios
 - 12 Atender as regras de integridade (Compliance)
- Social

 - 13 Investimento nas comunidades locais (ações focadas em educação, saúde e lazer)
 - 14 Garantia dos direitos humanos aos colaboradores
 - 15 Contratação de fornecedores locais
 - 16 Diversidade e igualdade de oportunidades de trabalho
 - 17 Promover o desenvolvimento da mobilidade nas cidades
 - 18 Participação na definição de políticas públicas para o bem-estar da população

Os temas de maior interesse, apontados pelas partes interessadas, estão abrangidos neste relatório, sendo:

- Correta destinação de resíduos
- Garantia dos direitos humanos
- Atendimento às regras de integridade (Compliance)
- Geração de valor para o cliente
- Sustentabilidade econômico-financeira





Mensagem da Alta Administração

O ano de 2025 começou em um ritmo lento de entregas, afetado pela volta da sazonalidade histórica no mercado de ônibus. A partir de abril, tivemos crescimento de volumes, com destaque para as exportações e operações internacionais, especialmente em função da recuperação de Argentina e ampliação de resultados na Austrália.

O segmento de micros alcançou expressivo crescimento, com o incremento de entregas ao programa federal Caminho da Escola, que havia apresentado compras menos substanciais desse modelo em 2024. O segmento Volare experimentou o inverso, com queda de volumes em função de menos entregas ao Caminho da Escola na comparação com 2024, quando avançou mais rapidamente nas vendas ao programa.

Ao longo do ano, promovemos lançamentos relevantes com impacto positivo, como a Geração 8 de ônibus rodoviários na Austrália, o Audace 1050 no continente africano e o Volare Fly 10 a gás ou biometano para o cenário nacional.

Entre os meses de maio e junho, realizamos a segunda edição da pesquisa de clima global, conduzida pela Consultoria *Great Place to Work*. A média global de

favorabilidade foi de 71%, enquanto as unidades brasileiras alcançaram 72%, com um índice de adesão de 78% entre todos os países participantes. As unidades da Argentina, Brasil, China e Colômbia obtiveram a certificação como um excelente lugar para trabalhar. Os resultados da pesquisa serviram de base para planos de ação em cada uma das unidades participantes, cuja evolução é acompanhada mensalmente. A próxima pesquisa acontece no segundo trimestre de 2026.

No início de dezembro realizamos o *Marcopolo Global Management Conference* (MGMC), que reúne os gestores das unidades controladas do exterior para planejar os objetivos de negócios para o próximo ano de acordo com a estratégia da empresa e para compartilhar boas práticas entre áreas.

Também realizamos o tradicional Encontro Mercado, uma reunião com todos os colaboradores das unidades brasileiras para fechamento de ano e alinhamento de expectativas, conduzida pelo Presidente do Conselho de Administração e pelo Presidente (CEO) da empresa.

Assim, o crescimento dos resultados do conjunto das operações internacionais, somado ao bom desempenho das operações brasileiras, mesmo com um *mix* de

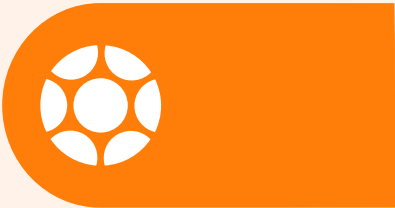
produtos mais leve, permitiram à Marcopolo alcançar resultados recordes em 2025, dando sequência a quatro anos de evolução.

O excelente desempenho da Marcopolo ao longo dos últimos anos é resultado de sua equipe, que trabalha focada em seu propósito de aproximar pessoas, tendo como direcionadores seus comportamentos vencedores, que são a transparência, a confiança, o engajamento, o senso de dono e a colaboração.

André Vidal Armaganijan
Presidente (CEO) da Marcopolo

James Bellini
Presidente do Conselho de Administração da Marcopolo





02 GOVERNANÇA

GRI 2-1, 2-2, 2-6; 2-9; 2-10; 2-11; 2-12; 2-13; 2-15; 2-17; 2-19; 2-20; 2-22; 2-23; 2-26; 2-27; 205-1; 205-3; 418-1



Sobre a Marcopolo

A Marcopolo S.A. é uma multinacional brasileira, na forma de uma sociedade por ações de capital aberto, fundada em 6 de agosto de 1949, na cidade de Caxias do Sul (RS), tendo como principal objeto a fabricação e venda de ônibus, carrocerias para ônibus e componentes.

Nosso Propósito



Aproximar Pessoas

Nossa Visão



Ser protagonista em soluções de mobilidade de forma sustentável

Nossos Valores



RESPEITO E VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS

Nós acreditamos que o mais importante são as pessoas, comprometidas e engajadas.



SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Clientes satisfeitos são a nossa razão de existir.



FAZER ACONTECER COM EXCELÊNCIA

Fazer acontecer com excelência é o que nos diferencia.



ÉTICA E INTEGRIDADE

Nossas ações são reflexos de nossas palavras.



SUSTENTABILIDADE

Mantemos a empresa sólida, pensando no futuro.



TRABALHO EM EQUIPE

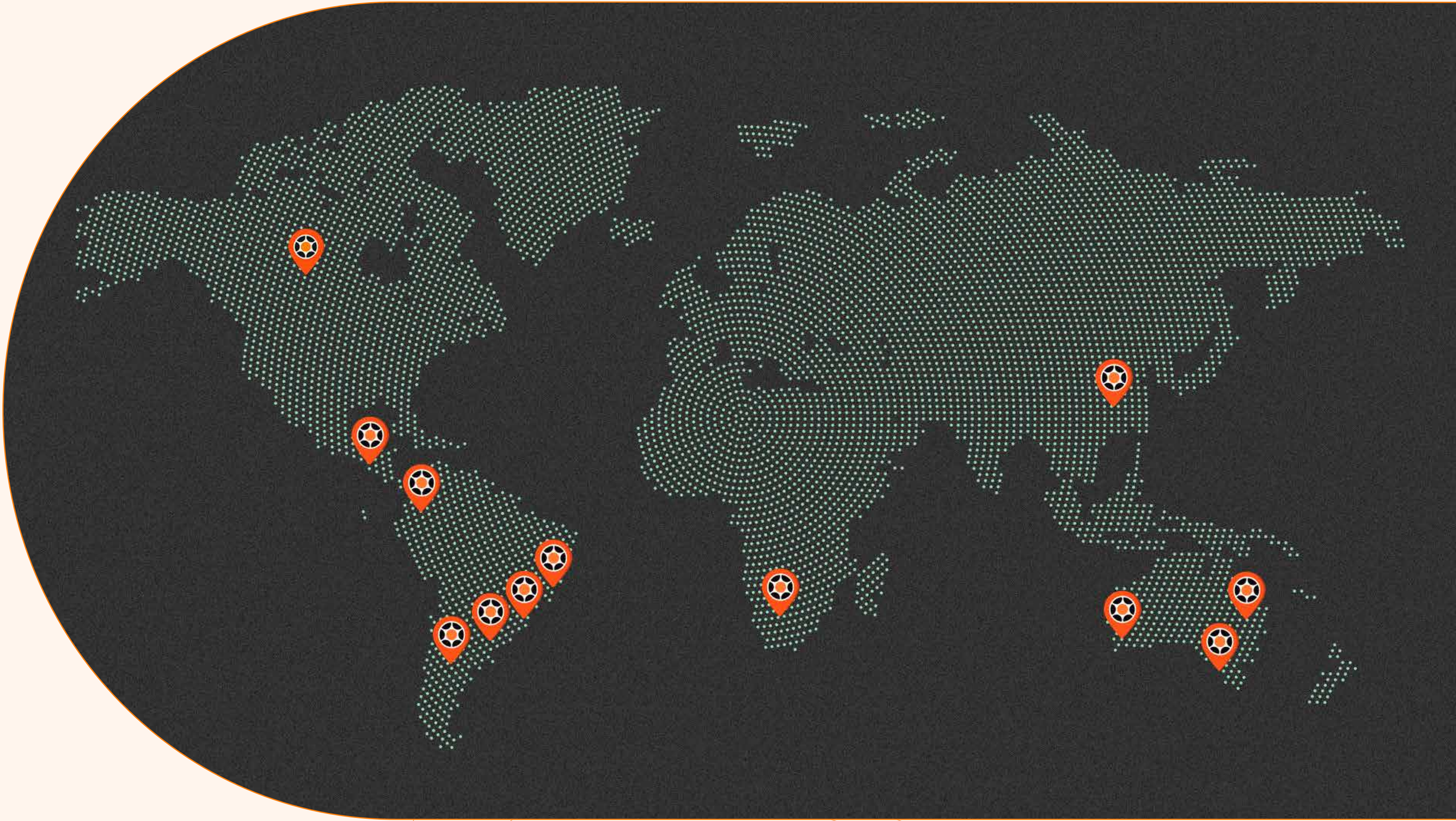
Juntos realizamos mais.



Negócios e Mercados

Atualmente a Marcopolo é líder no mercado brasileiro e uma referência global na fabricação de soluções para mobilidade. Seus produtos estão presentes em mais de 140 países, seja por meio de operações locais ou exportações, atendendo aos segmentos de ônibus rodoviários, urbanos, micro-ônibus e soluções ferroviárias.

A empresa opera por meio de uma ampla casa de marcas que reforça sua presença em toda a cadeia da mobilidade, abrangendo produtos, serviços e iniciativas sociais.





Produtos em Mobilidade



Soluções e Serviços para o Mercado de Mobilidade



Iniciativas Sociais



Produtos em Mobilidade

O portfólio reúne as marcas Marcopolo, Volare, Neobus, Marcopolo Rail e Marcopolo Motorhome, que atendem diferentes necessidades do transporte de passageiros, incluindo veículos rodoviários, urbanos, micro-ônibus, soluções ferroviárias e motorhomes. Esses produtos incorporam diversas tecnologias de propulsão (como elétrica, híbrida, etanol, GNV/biometano e hidrogênio) reforçando o compromisso da companhia com inovação, eficiência energética e descarbonização.

Soluções e Serviços para o Mercado de Mobilidade

A atuação da Marcopolo estende-se ao suporte ao ciclo de vida dos veículos e ao desenvolvimento de serviços especializados. Entre as marcas que compõem esse pilar estão Banco Moneo, Marcopolo Parts, Marcopolo Collection, Tecnopolo, Marcopolo Next e Apolo, abrangendo serviços financeiros, peças genuínas, produtos licenciados, modernização de equipamentos, tecnologias conectadas e suporte técnico, ampliando a competitividade e a confiabilidade entregues aos clientes.

Iniciativas Sociais

A dimensão social da empresa se materializa por meio da Fundação Marcopolo e do Memória Marcopolo, que promovem educação, desenvolvimento humano, cultura e preservação da história institucional. Essas iniciativas reforçam o compromisso da empresa com a comunidade e com a valorização de sua trajetória empresarial.



Unidades Brasileiras



Unidade Ana Rech

A sede da Marcopolo é a Unidade Ana Rech, localizada em Caxias do Sul (RS). Essa unidade produz uma linha completa de modelos Rodoviários e Urbanos, voltados para diversas aplicações no mercado brasileiro e para exportação, além dos produtos da Marcopolo Rail e chassis. Nessa unidade também estão localizadas as áreas administrativas, comerciais, de engenharia e o Centro de Treinamento.

Banco Moneo

Foi criado em 2005 para viabilizar a aquisição de produtos Marcopolo com rapidez, eficiência e competitividade.



Marcopolo Rail

A Marcopolo Rail é uma unidade especializada no desenvolvimento e produção de modais ferroviários, tanto para o mercado brasileiro quanto para exportação, atendendo ao alto padrão das normas internacionais do segmento ferroviário.



Unidade São Cristóvão

Esta unidade também está localizada no bairro de Ana Rech, em Caxias do Sul (RS). A unidade produz modelos Volare, urbanos e micros das marcas Marcopolo e Neobus.



Marcopolo São Mateus

A unidade, localizada em São Mateus (ES), possui uma estrutura moderna com capacidade para produção de peças e componentes, ônibus urbanos, modelos da marca Volare e o Attivi elétrico.



Apolo

A Apolo está localizada em Farroupilha (RS) e é especializada na produção de peças poliméricas e de alta tecnologia e está focada na demanda do mercado por peças plásticas e produtos com grafeno, em substituição a itens feitos em aço.

Unidades no Exterior



Marcopolo África do Sul (MASA)

A linha de produtos da unidade é composta pelo Andare 1000 e o Torino para atender aplicações rurais, urbanas e intermunicipais.



Marcopolo Argentina (METALSUR)

A unidade é a única empresa do país que produz todos os modelos de carrocerias, desde modelos urbanos até Double Decker.



Marcopolo Austrália (VOLGREN)

A Volgren opera três unidades industriais e é responsável pela produção de mais de 600 ônibus por ano. A empresa se destaca no mercado australiano como referência em carrocerias leves e de alta durabilidade, atendendo principalmente aos segmentos urbano e BRT e contribuindo para a expansão de soluções de mobilidade sustentável no país.



Marcopolo China (MAC)

A Marcopolo China (MAC) atua nas áreas de abastecimento, fabricação de peças e componentes, além da produção de carrocerias completas de ônibus e modelos em PKD para exportação. A unidade não comercializa produtos no mercado chinês, concentrando suas operações em exportações para países da Ásia, África e Oceania.



Marcopolo Colômbia (SUPERPOLO)

A Superpolo é líder no mercado colombiano na concepção de carrocerias personalizadas e soluções integrais para o transporte de passageiros nos segmentos intermunicipal, coletivo, urbano, escolar, além de unidades dedicadas a serviços especiais.



Marcopolo México (POLOMEX)

É uma empresa dedicada à fabricação de carrocerias e peças de reposição para ônibus. A produção da Marcopolo México é destinada ao mercado nacional para os setores urbano, suburbano e turismo. Também produz os modelos Grand, destinados ao mercado americano.



NFI Group Inc. (Canadá)

Empresa canadense na qual a Marcopolo possui participação acionária de 8,1%. É a principal fabricante de ônibus urbanos e rodoviários nos Estados Unidos e Canadá, possuindo operações industriais na Europa e linhas de montagem na Ásia e Oceania.

Governança

A Marcopolo procura adotar as melhores práticas de Governança Corporativa, seguindo os princípios da transparência, equidade, prestação de contas (*accountability*) e responsabilidade corporativa e suas ações estão listadas no Nível 2 de Governança Corporativa da B3 desde 2002. A Companhia está vinculada à arbitragem na Câmara de Arbitragem do Mercado, conforme cláusula compromissória constante em seu Estatuto Social.

A gestão da Marcopolo é formalizada com base na distinção entre as funções e responsabilidades do Conselho de Administração e da Diretoria. O Conselho de Administração é constituído por sete membros, dos quais seis são independentes, sendo dois eleitos por acionistas minoritários, um por acionistas detentores de ações preferenciais e outros três pelos acionistas controladores.

O Presidente do Conselho de Administração não participa da Diretoria. Além disso, para auxiliar, opinar e apoiar na condução dos negócios, o Conselho de Administração conta com os seguintes Comitês: Auditoria e Riscos; Recursos Humanos e Ética; Estratégia e Inovação; e *Compliance*. As funções de cada um desses Comitês de apoio podem ser encontradas no site da Companhia (ri.marcopolo.com.br), no menu Governança Corporativa/Regimento Interno dos Comitês. A formação e o histórico profissional de cada um dos membros que compõe o Conselho de Administração estão disponíveis no Formulário de Referência da Companhia, contando com especialistas financeiros, em gestão de pessoas e setorial, entre outros. Adicionalmente, o Conselho de Administração também acolhe a diversidade e complementariedade de competências.

A Companhia conta também com um Conselho Fiscal, composto de três membros, um indicado pelos acionistas minoritários, um pelos acionistas detentores de ações preferenciais e um pelos acionistas controladores. As competências de cada órgão estão definidas no Estatuto Social da Companhia.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	
MEMBROS	FUNÇÃO
James Bellini	Presidente
Paulo Cezar da Silva Nunes	Vice-Presidente
André Meurer Papaleo	Conselheiro
Dan Ioschpe	Conselheiro
Denise Casagrande da Rocha	Conselheira
Henrique Bredda	Conselheiro
José Antônio Valiati	Conselheiro
Eduardo Frederico Willrich	Secretário



Sentados, da esquerda para a direita: Paulo Cezar da Silva Nunes, James Bellini e Denise Casagrande da Rocha

Em pé, da esquerda para a direita: José Antônio Valiati, Henrique Bredda, Dan Ioschpe e André Meurer Papaleo

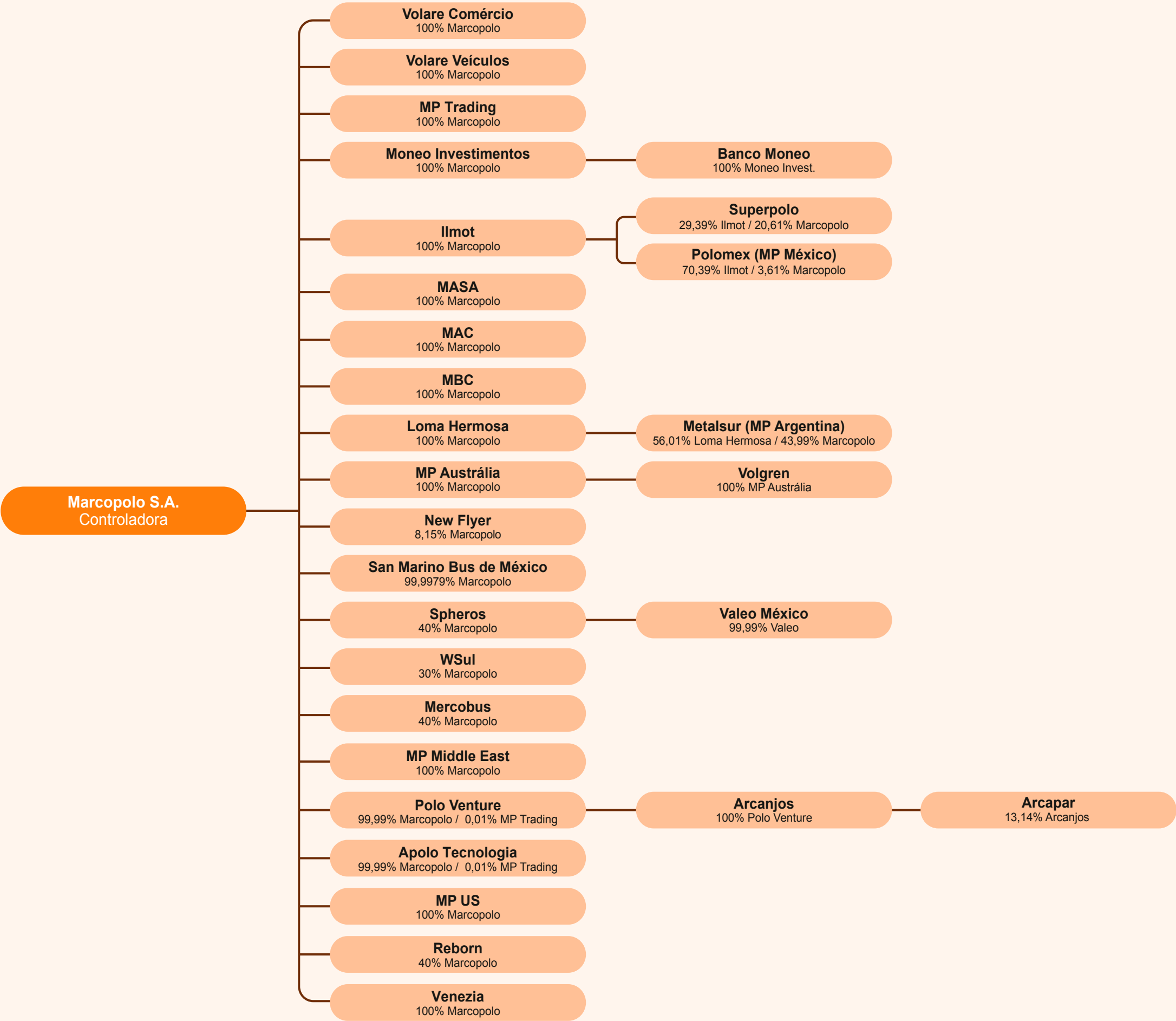
Composição Acionária

A Marcopolo S.A. tem em sua composição acionária acionistas brasileiros e estrangeiros. No Brasil, a Companhia tem operações industriais localizadas nas cidades de Caxias do Sul (RS), Farroupilha (RS) e São Mateus (ES). No exterior, as unidades estão localizadas na África do Sul, Argentina, Austrália, China, Colômbia e México. A companhia também possui participação em outras empresas no Brasil e no exterior.

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA 2025	
Controlador	24,1%
Acionistas no Exterior	29,5%
Acionistas no Brasil	46,4%



Estrutura Societária

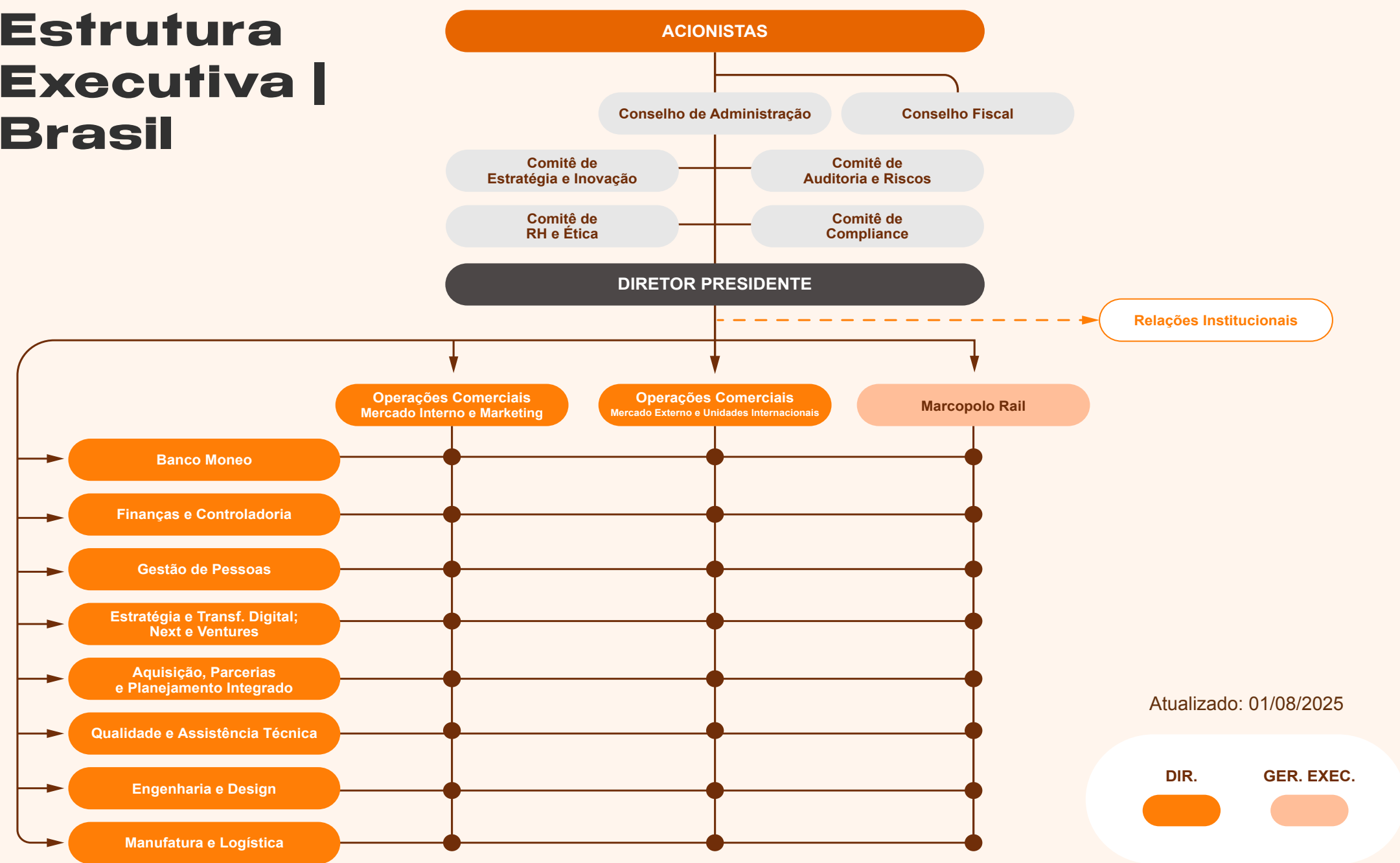


Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da Marcopolo tem a finalidade de contribuir para a geração de valor a partir do desenvolvimento e da execução da estratégia, observando o respeito aos seus Valores e em alinhamento com sua Visão e seu Propósito.

Os princípios norteadores da estrutura organizacional da empresa são: sustentação da estratégia de crescimento; atendimento das necessidades de flexibilidade, agilidade e competitividade; estrutura simples e de custo competitivo; definição clara de responsabilidades e gestão por resultados; visão de processos como forma de integração e alinhamento; e proximidade com o cliente e excelência operacional.

Estrutura Executiva | Brasil





Remuneração dos Administradores

As práticas e políticas de remuneração dos altos executivos são aprovadas pelo Conselho de Administração, com o objetivo de atrair, engajar e reconhecer profissionais alinhados com as competências e os Valores definidos pela Marcopolo, visando a atender as expectativas dos acionistas e atingir resultados superiores a curto, médio e longo prazo.

O pacote de remuneração dos diretores é avaliado anualmente com base em pesquisas salariais e boas práticas de mercado, sendo composto por remuneração fixa, benefícios e remuneração variável de curto e de longo prazo.

Gestão de Riscos

A gestão de riscos adotada na Marcopolo é global, considerando todas as unidades no Brasil e no exterior. A metodologia utilizada é pautada no modelo COSO – ERM, de forma adaptada às características do ambiente de negócios. Com isto, a empresa busca identificar, mapear e gerenciar os riscos do negócio, de modo a reduzir falhas, perdas e incertezas, focando esforços no planejamento, controle e otimização de processos de forma contínua.

Os riscos estão mapeados entre estratégicos, operacionais, financeiros, cibernéticos e regulatórios. O gerenciamento destes riscos gera benefícios para a estratégia, contribuindo para a cultura e o planejamento; para a governança, protegendo a imagem e reputação, e endereçando temas societários; e para a gestão, auxiliando a tomada de decisões, priorizando investimentos e ampliando a eficiência operacional.

Estratégia

A Marcopolo revisa o seu planejamento estratégico de forma periódica, considerando a volatilidade e dinâmica dos negócios. A empresa considera cinco pilares de negócios, que são desdobrados em iniciativas para atingimento no curto, médio e longo prazo. São divulgadas duas visões de execução da estratégia.

A visão de curto prazo é o plano anual, contendo o objetivo financeiro principal, compromissos, indicadores de performance do negócio e os fatores críticos de sucesso para que a empresa alcance seus objetivos para o ano. Já a visão de longo prazo tem por objetivo um horizonte de crescimento de cinco a dez anos, tendo como base os projetos estratégicos da organização. O planejamento estratégico é suportado pela cultura e pelos comportamentos vencedores da empresa.

No último trimestre de 2025, foi realizada a revisão do planejamento, tendo em vista o horizonte de negócios até 2030. A divulgação desse novo plano aos colaboradores inicia no primeiro trimestre de 2026 e envolve material gráfico, publicação de artigo na Revista ViaPolo e informações periódicas compartilhadas nos canais de comunicação interna.

Alinhamento com Unidades do Exterior

A empresa realiza um encontro anual com os gestores das unidades do Brasil e exterior, chamado *Marcopolo Global Management Conference* (MGMC). O objetivo é alinhar as estratégias da empresa e o posicionamento de novos produtos, discutir melhorias em processos e promover a aproximação entre as áreas. Além disto, são realizadas reuniões de desdobramento do planejamento estratégico, abrangendo os objetivos anuais de curto prazo e os objetivos de longo prazo.



Participação na COP30 e na C.A.S.E

A Marcopolo participou da 30ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP30), realizada entre 10 e 21 de novembro de 2025, em Belém (PA), em um momento decisivo para o Brasil na liderança da agenda climática internacional. Como líder nacional e referência global no desenvolvimento de soluções para a mobilidade sustentável, a companhia levou à conferência sua visão estratégica para o futuro do setor, fundamentada em inovação industrial, eficiência energética, inclusão social e compromisso com o desenvolvimento sustentável. Durante o evento, a Marcopolo reforçou seu posicionamento como protagonista ao apresentar tecnologias e soluções voltadas à descarbonização do transporte coletivo.



A Marcopolo também integra a *Climate Action Solutions & Engagement* (C.A.S.E.), coalizão de empresas do setor privado brasileiro articulada por Bradesco, Itaúsa, Itaú, Natura, Nestlé e Vale. No âmbito dessa iniciativa, a empresa participou dos debates “Transporte Público e Descarbonização: Conectando Eficiência, Integração e Impacto Climático” e “Biocombustíveis na Arquitetura Global da Transição Energética”. Nessas agendas, a Marcopolo reforçou seu papel como articuladora de soluções sustentáveis e escaláveis, com potencial de replicação em diferentes contextos nacionais e internacionais. A C.A.S.E. tem como objetivo posicionar o Brasil como protagonista na agenda climática global, destacando o setor privado como agente estratégico na superação dos desafios relacionados ao clima, à natureza e às pessoas. O movimento promove diálogos qualificados, articulação estratégica e a valorização de soluções concretas já em curso no país, com potencial de escala internacional.

Inovação

A inovação contínua é parte integrante da estratégia da Marcopolo em seu posicionamento como protagonista no desenvolvimento de soluções de mobilidade de forma sustentável. Esse direcionamento se reflete no investimento permanente em pesquisa e desenvolvimento, com o lançamento de novas gerações de produtos em ciclos mais curtos, bem como no desenvolvimento de soluções completas de mobilidade, que contemplam diferentes tecnologias de propulsão, produtos versáteis e conceitos modularizados.

A área de Engenharia de Desenvolvimento conduz pesquisas voltadas à identificação de tendências, novos materiais, eletrônica embarcada, conceitos estruturais e tecnologias emergentes, como Inteligência Artificial (IA), por meio da participação em feiras de inovação, benchmarking, workshops e programas de capacitação contínua. O processo de pesquisa e desenvolvimento considera a oferta de alternativas sustentáveis aos clientes, com foco na mitigação de impactos ambientais. Isso inclui o uso de materiais recicláveis, a adoção de processos de fabricação com menores emissões de poluentes, o desenvolvimento de produtos mais leves, que contribuam para a eficiência no consumo de combustível, e soluções com maior eficiência energética, como veículos 100% elétricos, híbridos e movidos a biocombustíveis.

A melhoria contínua faz parte da rotina de todas as áreas da companhia, abrangendo produtos, processos, tecnologia, mercado, relacionamento com clientes, diversificação de negócios, pessoas e organização.

A diversificação de negócios constitui uma diretriz estratégica da Marcopolo, materializada por meio de iniciativas voltadas a novos segmentos e ao desenvolvimento de tecnologias complementares ao negócio principal, incluindo soluções em manufatura avançada e tecnologias industriais, como a manufatura aditiva, além de iniciativas como Marcopolo Rail, Marcopolo Motorhome e outros empreendimentos alinhados à estratégia corporativa.

Cultura de Inovação

A promoção da cultura de inovação ocorre por meio de iniciativas estruturadas de engajamento e capacitação em parceria com a UniMarcopolo, com destaque para a comunidade *MVP (Marcopolo Venture Partners)*. A comunidade é formada por colaboradores voluntários de diferentes áreas e funções, que atuam como protagonistas em projetos de inovação, participam de desafios estratégicos e contribuem para a disseminação de novas metodologias e práticas dentro da organização.

Ao longo dos ciclos recentes, a comunidade *MVP* evoluiu do foco exclusivo em engajamento para uma atuação cada vez mais orientada à geração de resultados concretos, com participação ativa na identificação de desafios, na estruturação de hipóteses de solução e no apoio à execução de projetos de inovação em parceria com áreas internas, clientes e startups.

A Next também conduziu o *MVP Academy* – Imersão 360, um programa de formação e colaboração desenvolvido em parceria com o cliente Viação Ouro e Prata. O programa promoveu uma jornada conjunta de aprendizado em inovação, operações, produtos e processos, por meio de encontros presenciais, visitas técnicas, workshops de ideação e desenvolvimento de projetos colaborativos.

O *MVP Academy* tem como objetivos fortalecer o relacionamento com clientes, aprofundar o entendimento mútuo sobre desafios operacionais e estratégicos e fomentar a criação de projetos de inovação desenvolvidos de forma conjunta

entre Marcopolo e parceiros, ampliando o impacto das soluções e contribuindo para uma atuação mais sustentável e orientada ao cliente.

Outra ação importante dentro da frente de Cultura da Inovação foi a realização da Semana da Inovação, evento anual que traz parceiros externos e casos de inovação para inspirar e motivar os colaboradores. Em 2025 contamos com a participação de executivos de empresas renomadas, como Dassault, *C.E.S.A.R School*, SKA, 3DScan, Viação Águia Branca, além de representantes das áreas de Tecnologia da Informação e líderes de projetos de inovação aberta da Marcopolo.





Marcopolo Next

A Marcopolo Next desempenha um papel fundamental no processo de inovação, tendo como missão acelerar a inovação, a partir de frentes complementares que envolvem cultura de inovação, cocriação com clientes e inovação aberta, permitindo que a empresa avance de forma estruturada e sustentável frente aos desafios da mobilidade e da indústria. Isso inclui a condução de projetos colaborativos com o ecossistema de inovação, além de fomentar a cultura de inovação e preparar os colaboradores para liderar as transformações que moldarão o futuro da mobilidade.

Inovação Aberta

No campo da inovação aberta, a Marcopolo Next é responsável pela execução do *GO³ Open*, programa que conecta desafios reais do negócio com soluções desenvolvidas por *startups* do ecossistema de inovação. A iniciativa tem como foco a resolução de desafios relacionados à excelência operacional, segurança, qualidade, eficiência produtiva e transformação digital, utilizando uma metodologia estruturada e governança de inovação aberta.

Por meio do *GO³ Open*, colaboradores da Marcopolo participam ativamente da definição dos desafios, enquanto *startups* são selecionadas para cocriar e testar soluções em parceria com as áreas internas. Essa abordagem permite acelerar o desenvolvimento de soluções, reduzir riscos e custos, além de ampliar o acesso a novas tecnologias e modelos de negócio, contribuindo diretamente para a competitividade e sustentabilidade da companhia.

Cocriação com Clientes

A cocriação com clientes também é uma das frentes da estratégia de inovação da Marcopolo Next e se materializa por meio de iniciativas como o COCRIATIVA, criada para aproximar a empresa de seus principais clientes por meio de um canal estruturado de inovação colaborativa.

O COCRIATIVA promove jornadas de inovação que envolvem imersão nos desafios reais dos clientes, ideação conjunta, prototipação e validação de conceitos, sempre com foco em gerar novas soluções alinhadas às necessidades operacionais, à experiência do usuário e à sustentabilidade do negócio. Essa abordagem fortalece o relacionamento com os clientes, reduz riscos de desenvolvimento e amplia a assertividade das soluções propostas.



O Futuro que Queremos

Em 2025, a Marcopolo Next esteve envolvida no programa **O Futuro que Queremos**, iniciativa conduzida pela Fundação Marcopolo e voltada à construção coletiva de visões e caminhos para cidades mais sustentáveis, resilientes e centradas nas pessoas. A participação da Next ocorreu de forma integrada à proposta do programa, contribuindo com sua experiência em inovação, cocriação e ativação de ambientes colaborativos, em alinhamento com o protagonismo da Fundação Marcopolo.

A Next atuou principalmente na viabilização de espaços e dinâmicas de inovação, apoiando iniciativas de engajamento, encontros e atividades relacionadas ao programa. Um dos destaques foi a implantação da Arena Next na Biblioteca Parque da Fundação Marcopolo, espaço concebido para estimular colaboração, troca de ideias e realização de *workshops*, que passou a ser utilizado em iniciativas da Fundação e em ações conectadas à agenda do programa **O Futuro que Queremos**.

Essa atuação reforça o papel da Marcopolo Next como articuladora e facilitadora de processos de inovação, contribuindo para ampliar o impacto de iniciativas de inovação social e fortalecer conexões entre pessoas, territórios e causas alinhadas à sustentabilidade e à visão de futuro da companhia.

Marcopolo Motorhome

A Marcopolo Motorhome deu um importante passo no mercado de veículos recreativos ao apresentar seu primeiro motorhome, o NOMADE. Combinando a robustez de um 4x4 integral automático e a versatilidade de um modelo compacto, o veículo se destaca pelo alto nível de tecnologia embarcada, oferecendo aos consumidores uma experiência de mobilidade única. Este novo empreendimento, que reforça a diversificação dos negócios da Marcopolo, é o resultado de um projeto de intraempreendedorismo iniciado em 2022. Com uma equipe dedicada e infraestrutura própria, o NOMADE é fruto do trabalho colaborativo entre a empresa e a comunidade, incorporando as demandas e necessidades do mercado de campismo.

Durante seu desenvolvimento, a Marcopolo realizou imersões no ecossistema de campismo no Brasil e nos Estados Unidos, além de interações com usuários de veículos recreativos, para garantir que o modelo atendesse às expectativas e exigências do público-alvo. O lançamento oficial do NOMADE ocorreu em novembro de 2024, na 8ª edição da Expo Motorhome, a maior feira de campismo e caravanismo da América Latina.



Gestão Integrada do Negócio



As **unidades brasileiras** possuem a Gestão Integrada do Negócio (GIN) implementada, que contempla as seguintes certificações:

- ISO 9001 - Qualidade
- ISO 45001 - Saúde e Segurança
- ISO 14001 - Meio Ambiente

O escopo de certificação da ISO 9001 foi aumentado, com a inclusão do Motorhome (unidade São Cristóvão) e a Montagem de Chassi (unidade São Mateus).

A unidade Apolo conquistou a certificação da norma ISO 14001, o que reforça o compromisso com a sustentabilidade e a gestão ambiental. Além disso, foi dado início aos trabalhos para a certificação da norma **IATF 16949** (Gestão da Qualidade para a Indústria Automotiva).

A Marcopolo também obteve a acreditação na **ABNT NBR ISO/IEC 17025**, norma internacional que reconhece a competência de laboratórios de ensaio e calibração, com requisitos que asseguram a validade dos resultados. A acreditação foi concedida pela Coordenação Geral de Acreditação do INMETRO (CGCRE), organismo reconhecido pelo Governo Federal. A acreditação é um fator estratégico para organizações que desejam se destacar em mercados globais, considerando as exigências legais e regulatórias do setor de transporte.

As **unidades do exterior** possuem as seguintes certificações:

Marcopolo África do Sul (MASA)
ISO 9001 – Qualidade

Marcopolo Argentina (Metalsur)
ISO 9001 – Qualidade

Marcopolo Austrália (Volgren)
ISO 9001 – Qualidade

Marcopolo China (MAC)
ISO 9001 – Qualidade
ISO 45001 – Saúde e Segurança
ISO 14001 – Meio Ambiente

Marcopolo Colômbia (Superpolo)
ISO 9001 – Qualidade

Marcopolo México (Polomex)
ISO 9001 – Qualidade
ISO 14001 – Meio Ambiente

São feitas avaliações periódicas para garantir o atendimento das Normas. A cada três anos, a empresa passa por um processo de recertificação, no qual os requisitos são verificados, contribuindo para o refinamento das práticas sustentáveis. Em 2025, as unidades brasileiras da Marcopolo foram recertificadas nas normas ISO 9001, 14001 e 45001.



Ética e Compliance

A Marcopolo valoriza as relações profissionais baseadas no respeito mútuo, não tolerando qualquer tipo de assédio, discriminação, favorecimento ou prática ilegal. As diretrizes do Código de Conduta orientam para prevenir e solucionar conflitos de interesse, garantindo um ambiente de trabalho ético e justo.

Código de Conduta

A Marcopolo instituiu seu primeiro Código de Conduta em 2005, com revisões periódicas, sendo a mais recente realizada no final de 2023. O Código de Conduta estabelece as diretrizes e os padrões de conduta esperados que orientam as decisões nos negócios e o comportamento de todos os gestores e colaboradores da empresa. Além disso, serve como referência nas relações com os parceiros de negócios, como fornecedores, prestadores de serviço, representantes de vendas, concessionários e distribuidores, e com as demais partes interessadas. O Código de Conduta é aplicável às unidades controladas no Brasil e no exterior.



Como parte da estrutura de governança do Código de Conduta, estão constituídos o Comitê de RH e Ética, vinculado ao Conselho de Administração; o Comitê Central de Conduta, que responde pelos assuntos relacionados com as unidades brasileiras; e os Comitês Locais de Conduta/*Compliance*, que respondem pelos assuntos das unidades controladas no exterior.

Para saber mais sobre o Código de Conduta, acesse o site da Marcopolo: <https://marcopolo.com.br/codigo-de-conduta> disponível em português, espanhol e inglês.

Compliance

A Marcopolo possui um Programa de *Compliance* estruturado desde 2014, continuamente aprimorado para refletir seu porte, suas operações e o ambiente de riscos no Brasil e no exterior.

A governança do Programa conta com um Comitê de *Compliance* vinculado ao Conselho de Administração, com participação do presidente da Marcopolo (CEO), membros do Conselho e do *Compliance Officer* (CCO). O CCO participa das reuniões de diretoria executiva, assegurando a avaliação dos temas estratégicos sob a ótica de integridade.

A estrutura de *Compliance* é formada pelo CCO, especialista, analistas e agentes internos, responsáveis por disseminar a cultura de ética em todas as unidades.

O modelo adotado pela Marcopolo possui atuação global, abrangendo o Brasil e todas as unidades controladas no exterior, assegurando alinhamento das práticas de integridade. A empresa possui uma Política Global de Integridade, que oferece orientações sobre conflitos de interesse e a forma de informação e tratamento de eventuais situações que venham a ocorrer.

Os novos colaboradores participam de treinamentos específicos sobre o Código de Conduta e *Compliance* no processo de integração, onde recebem o documento impresso em sua versão *pocket* (de bolso) e, também, orientações sobre como utilizar os canais de ouvidoria para denunciar violações às diretrizes éticas e comportamentais.

Além dos treinamentos de integração, os colaboradores recebem periodicamente capacitações e comunicações internas sobre temas de ética, integridade e conformidade, reforçando a cultura organizacional. O treinamento *on line* do Código de Conduta também está disponível na UniMarcopolo, permitindo acesso contínuo ao conteúdo por todos os colaboradores.



Canais de Ouvidoria

A Marcopolo disponibiliza canais de ouvidoria para dúvidas, reclamações, sugestões e denúncias, como corrupção, suborno, fraude, condutas ilegais ou antiéticas, agressão ao meio ambiente, práticas ou registros contábeis questionáveis, mau uso dos ativos da empresa e discriminação de qualquer tipo.

O **Contato Seguro** é um canal externo exclusivo para denúncias de práticas que estejam em desacordo com as políticas internas e legislações aplicáveis, podendo ser acessado via *toll free* (ligação gratuita) ou *website* (<https://contatoseguro.com.br/pt/marcopolo>), 24 horas por dia, sete dias por semana. Este serviço é operado por uma empresa terceirizada, independente da Marcopolo, que utiliza um sistema próprio em ambiente externo, onde todas as informações são criptografadas, garantindo imparcialidade, segurança e total compromisso com o sigilo do denunciante e a confidencialidade no tratamento da denúncia.

Este canal também está disponível para as unidades no exterior, nos idiomas inglês, espanhol e mandarim, através de uma URA (Unidade de Resposta Audível).

Durante o ano de 2025, o Canal de Ouvidoria Contato Seguro recebeu 525 manifestações, sendo 89,52% anônimas e 10,48% identificadas, as quais foram integralmente tratadas e respondidas pelos comitês estabelecidos para este fim.

Já o **Canal Livre** é um sistema de ouvidoria interna exclusivo para colaboradores, destinado ao envio de ideias, sugestões, elogios e reclamações sobre questões gerais da empresa.



Política de Privacidade de Dados Pessoais

Desde 2021 a Marcopolo aplica a Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais em todas as suas unidades no Brasil. O Comitê de Privacidade de Dados Pessoais e o *Data Protection Officer* (DPO) atuam para garantir a conformidade com as normas. Em 2024 foi designado um colaborador para a função de encarregado/DPO adjunto, que atua na ausência ou indisponibilidade do DPO titular, mantendo a empresa resguardada a todo o momento e assegurando a continuidade das boas práticas dos procedimentos.

Em atendimento à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei 13.709) brasileira, a Marcopolo realizou o mapeamento e enquadramento legal de todas as atividades que tratam dados pessoais e formalizou a nomeação das pessoas encarregada e subencarregada pela adequação à norma e pela interlocução com as autoridades fiscalizatórias. A empresa conduz periodicamente a revisão do mapeamento com a inclusão de novas atividades e/ou melhorias em conjunto com os agentes de *Compliance*/LGPD das diversas áreas, garantindo alinhamento e efetividade na gestão de dados pessoais em toda a organização.

A empresa promove regularmente campanhas de conscientização e oferece treinamentos personalizados sobre a LGPD por meio da UniMarcopolo. Além isto, fornecedores que manipulam dados pessoais devem cumprir cláusulas específicas de proteção aos dados pessoais presentes nos contratos.

A Marcopolo não recebeu em 2025 sanções da Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e não houve incidentes nos controles tecnológicos, reforçando seu compromisso com a proteção dos dados pessoais dos públicos com as quais se relaciona.



03

DESEMPENHO
FINANCEIRO

GRI 2-2; 201-1

Neste capítulo apresentamos os principais indicadores financeiros relacionados com os negócios da Marcopolo durante o ano de 2025.



A produção brasileira de ônibus alcançou

27.516

unidades em 2025

Desempenho do Setor de Ônibus no Brasil

A produção brasileira de ônibus alcançou 27.516 unidades em 2025, volume 1,7% superior às 27.067 unidades produzidas em 2024. A demanda no mercado interno atingiu 20.832 unidades, 2,63% superior em relação ao ano de 2024 (20.299), enquanto a produção destinada ao mercado externo foi de 3.483 unidades, aumento de 24,4% em relação às exportações do ano anterior (2.800). No segmento Volare, a produção foi de 3.201 unidades no ano de 2025, uma redução de 19,3% em relação às 3.968 unidades produzidas em 2024.

PRODUÇÃO BRASILEIRA DE ÔNIBUS - TOTAL (em unidades)

PRODUTOS ¹	2025			2024			VAR.
	MI	ME ²	TOTAL	MI	ME ²	TOTAL	%
Rodoviários	5.257	2.793	8.050	5.020	2.139	7.159	12,4%
Urbanos	9.334	422	9.756	9.188	372	9.560	2,1%
Micros	6.241	268	6.509	6.091	289	6.380	2,0%
Volare	2.917	284	3.201	3.831	137	3.968	-19,3%
TOTAL	23.749	3.767	27.516	24.130	2.937	27.067	1,7%

Fontes: FABUS (Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus)
Notas: ¹ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo, unidades produzidas para a exportação; ² Inclui as unidades exportadas em KD (desmontadas).



Desempenho da Marcopolo

A produção brasileira de ônibus apresentou estabilidade em 2025 na comparação com 2024, a partir da normalização de todos os segmentos de mercado. A queda de volumes direcionados ao mercado interno foi compensada pelo aumento das exportações, que ganharam tração especialmente no segmento de ônibus rodoviários.

O desempenho da Companhia no Brasil acompanhou a tendência de mercado, com exportações como destaque. Ao longo de 2025, o *mix* de produção se mostrou substancialmente mais leve, voltado a produtos de menor valor agregado, na comparação com 2024, tanto em rodoviários como em urbanos.

O segmento de micros alcançou expressivo crescimento, com o incremento de entregas ao programa federal Caminho da Escola, que havia apresentado compras menos substanciais desse

modelo em 2024. O segmento Volare experimentou o inverso, com queda de volumes em função de menos entregas ao Caminho da Escola na comparação com 2024, quando avançou mais rapidamente nas vendas ao programa.

As operações internacionais apresentaram, em conjunto, crescimento, com destaque para a operação argentina da Metalsur, com crescimento substancial de volumes e resultados, e a consolidação e ampliação dos resultados da australiana Volgren, demonstrando a sustentabilidade da operação.

O crescimento dos resultados do conjunto das operações internacionais, somada ao bom desempenho das operações brasileiras, mesmo com um *mix* mais leve, permitiram à Marcopolo alcançar resultados recordes em 2025, dando sequência a quatro anos de evolução.





Unidades Registradas na Receita Líquida

Em 2025, foram registradas na receita líquida 15.048 unidades, sendo 11.006 registradas no Brasil (73,1% do total), 1.474 exportadas a partir do Brasil (9,8% do total) e 2.568 produzidas e vendidas no exterior (17,1% do total), conforme apresentado na tabela a seguir:

OPERAÇÕES (EM UNIDADES)		2025	2024	VAR. %
BRASIL	Mercado Interno	11.006	11.566	-4,8%
	Mercado Externo	2.128	1.371	55,2%
SUBTOTAL		13.134	12.937	1,5%
Eliminações KD's exportados ❶		654	251	160,6%
TOTAL NO BRASIL		12.480	12.686	-1,6%
EXTERIOR	África do Sul	439	454	-3,3%
	Austrália	569	582	-2,2%
	China	189	135	40,0%
	México	911	1.063	-14,3%
	Argentina	460	163	182,2%
TOTAL NO EXTERIOR		2.568	2.397	7,1%
TOTAL NO GERAL		15.048	15.083	-0,2%

Notas: ❶ KD (Knock Down) = Carrocerias parcial ou totalmente desmontadas.

Produção

Em 2025, a produção consolidada da Marcopolo totalizou 15.024 unidades, 1,7% inferior às 15.289 unidades fabricadas no exercício de 2024. Desse total, 81,9% foram produzidas no Brasil e as demais 18,1% no exterior. Os dados sobre a produção mundial da Marcopolo são apresentados nos quadros que seguem:

MARCOPOLO - PRODUÇÃO MUNDIAL CONSOLIDADA

OPERAÇÕES (EM UNIDADES)		2025	2025	VAR.
BRASIL ❶	Mercado Interno	10.861	11.843	-8,3%
	Mercado Externo	2.102	1.381	52,2%
SUBTOTAL		12.963	13.224	-2,0%
Eliminações KD's exportados ❷		654	251	160,6%
TOTAL NO BRASIL		12.309	12.973	-5,1%
EXTERIOR	África do Sul	449	413	8,7%
	Austrália	571	540	5,7%
	China	197	126	56,3%
	México	920	1.062	-13,4%
	Argentina	578	175	230,3%
TOTAL NO EXTERIOR		2.715	2.316	17,2%
TOTAL NO GERAL		15.024	15.289	-1,7%

Notas ❶ Inclui a produção do modelo Volare; ❷ KD (Knock Down) = Carrocerias parcial ou totalmente desmontadas.



MARCOPOLO - PRODUÇÃO MUNDIAL CONSOLIDADA POR MODELO

PRODUTO MERCADOS ¹ (EM UNIDADES)	2025			2024		
	MI	ME ²	TOTAL	MI	ME ²	TOTAL
Rodoviários	2.542	2.571	5.113	2.830	1.494	4.324
Urbanos	2.507	1.742	4.249	2.663	1.912	4.575
Micros	2.895	220	3.115	2.519	154	2.673
SUBTOTAL	7.944	4.533	12.477	8.012	3.560	11.572
Volares	2.917	284	3.201	3.831	137	3.968
TOTAL	10.861	4.817	15.678	11.843	3.697	15.540

Notas: ¹ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo; ² Na produção total do ME estão incluídas as unidades exportadas em KD (carrocerias parcial ou totalmente desmontadas).

MARCOPOLO - PRODUÇÃO NO BRASIL

PRODUTO MERCADOS ¹ (EM UNIDADES)	2025			2024		
	MI	ME ²	TOTAL	MI	ME ²	TOTAL
Rodoviários	2.542	1.529	4.071	2.830	945	3.775
Urbanos	2.507	69	2.576	2.663	145	2.808
Micros	2.895	220	3.115	2.519	154	2.673
SUBTOTAL	7.944	1.818	9.762	8.012	1.244	9.256
Volares	2.917	284	3.201	3.831	137	3.968
TOTAL	10.861	2.102	12.963	11.843	1.381	13.224

Notas: ¹ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo; ² Na produção total do ME estão incluídas as unidades exportadas em KD (carrocerias parcial ou totalmente desmontadas).

Participação de Mercado

A Marcopolo manteve a liderança do mercado de carrocerias para ônibus, encerrando o ano com uma participação de 47,1%, sem alterações substanciais na comparação com 2024.

A tabela a seguir destaca a participação de mercado da Marcopolo na produção brasileira por linha de produto:

PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO BRASILEIRA (%)

PRODUTOS ¹	2021	2022	2023	2024	2025
Rodoviários	49,6	44,7	54,1	52,3	50,6
Urbanos	42,1	50,8	37,4	29,4	26,4
Micros e Volares	77,3	61,1	65,8	64,2	65,0
TOTAL	56,9	53,5	49,3	48,4	47,1

Fontes: FABUS
Notas: ¹ Os modelos Volare foram computados como micro ônibus para efeito de participação no mercado.





Receita Líquida Consolidada

A receita líquida consolidada alcançou R\$ 9.057,5 milhões em 2025, 5,4% superior aos R\$ 8.593,8 milhões do exercício de 2024. O incremento da receita reflete o crescimento de exportações a partir do Brasil e a boa performance das operações internacionais da Companhia, com destaque para Austrália e Argentina. A retração da receita no mercado interno traduz o *mix* mais leve em todos os segmentos.

As vendas para o mercado interno geraram receitas de R\$ 4.945,5 milhões ou 54,6% da receita líquida

total (63,7% em 2024). As exportações, somadas aos negócios no exterior, atingiram a receita de R\$ 4.112 milhões ou 45,4% do total (36,3% em 2024).

Do total da receita líquida consolidada de 2025, 74,1% originou-se das vendas de carrocerias (70,7% em 2024), 18,3% da comercialização de Volares (21,1% em 2024) e 7,6% das receitas de peças, do Banco Moneo e de chassis (8,2% em 2024). As receitas por produto e mercado de destino são apresentadas na tabela a seguir:

RECEITA LÍQUIDA TOTAL CONSOLIDADA POR PRODUTOS E MERCADOS (R\$ MILHÕES)

PRODUTO/MERCADOS ¹ (EM UNIDADES)	2025			2024		
	MI	ME	TOTAL	MI	ME	TOTAL
Rodoviários	1.485,7	2.256,4	3.742,1	1.649,1	1.390,3	3.039,4
Urbanos	885,1	1.424,2	2.309,3	1.023,8	1.424,1	2.447,9
Micros	595,0	61,1	656,1	539,6	46,2	585,8
SUBTOTAL CARROCERIAS	2.965,8	3.741,7	6.707,5	3.212,5	2.860,6	6.073,1
Volares ²	1.521,1	137,0	1.658,1	1.748,2	66,1	1.814,3
Chassis	32,0	28,7	60,7	163,9	49,5	213,4
Banco Moneo	260,7	0,0	260,7	192,9	0,0	192,9
Peças e Outros	165,9	204,6	370,5	160,7	139,4	300,1
TOTAL GERAL	4.945,5	4.112,0	9.057,5	5.478,2	3.115,6	8.593,8

Nota: ¹ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo; ² A receita dos Volares inclui os chassis



R\$ 9.057,5 milhões

de receita líquida consolidada em 2025

Resultado Bruto e Margens

Em 2025, o lucro bruto totalizou R\$ 2.314,3 milhões, representando 25,6% da receita líquida (R\$ 2.131,4 milhões ou 24,8% da receita líquida em 2024).

O incremento do lucro bruto e da margem bruta reflete o melhor desempenho do conjunto das operações internacionais e ganhos de eficiência operacional obtidos a partir do segundo trimestre de 2025. A margem bruta foi afetada negativamente pelo *mix* de vendas, com produtos de menor valor agregado ganhando representatividade na distribuição da receita, e pela valorização do Real na comparação com o Dólar Norte-americano, com reflexos à rentabilidade das exportações a partir do Brasil.



Despesas com Vendas

As despesas com vendas somaram R\$ 417,6 milhões em 2025 ou 4,6% da receita líquida, contra R\$ 352,4 milhões em 2024 ou 4,1% da receita, em 2024. A elevação das despesas comerciais em termos absolutos e percentuais reflete, principalmente, o incremento das exportações a partir do Brasil, vendas que tipicamente possuem maior comissionamento.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 472,5 milhões em 2025 e R\$ 380,1 milhões em 2024, representando 5,2% e 4,4% da receita líquida, respectivamente.

Outras Receitas/ Despesas Operacionais

Em 2025, foram contabilizados R\$ 17,2 milhões como “Outras Receitas Operacionais” contra R\$ 18,8 milhões como “Outras Despesas Operacionais” em 2024. O principal efeito positivo na linha de “Outras Receitas Operacionais” foi a contribuição do Programa Mover.

Resultado da Equivalência Patrimonial

O resultado da equivalência patrimonial em 2025 foi negativo em R\$ 91,7 milhões, contra R\$ 77,5 milhões positivos em 2024. As operações da colombiana Superpolo adicionaram R\$ 14,7 milhões (R\$ 12,6 milhões em 2024), enquanto a coligada fabricante de aparelhos de ar-condicionado Spheros trouxe impacto positivo de R\$ 15,4 milhões (R\$ 22,3 milhões em 2024) à equivalência patrimonial. O principal impacto negativo se refere ao resultado da operação da coligada canadense NFI, penalizando a equivalência patrimonial em R\$ 127,5 milhões contra R\$ 11,3 milhões também negativos em 2024. Os resultados da coligada foram afetados negativamente por dois eventos não-recorrentes ao longo de

2025, que somados alcançaram R\$ 133,3 milhões: no segundo trimestre de 2025, a NFI realizou *impairment* da mais-valia da aquisição da empresa britânica Alexander Dennis, realizada em 2019; enquanto no terceiro trimestre, a NFI realizou provisão dos custos estimados para assistência técnica de ônibus elétricos afetados por um *recall* de baterias. A provisão para assistência técnica deverá ser parcialmente estornada pela NFI, considerando a publicação de anúncio pela NFI onde informa ter realizado acordo com a fornecedora de baterias, para compensação de parte dos mencionados custos com a substituição de baterias e adequação das unidades afetadas.

Resultado Financeiro Líquido

O resultado financeiro líquido de 2025 foi positivo em R\$ 217,8 milhões, contra um resultado também positivo de R\$ 13 milhões em 2024. O resultado financeiro foi afetado positivamente pela variação cambial gerada pela valorização do Real frente ao Dólar Norte-americano sobre a carteira de pedidos em dólares. A Companhia realiza o *hedge* do câmbio das exportações no momento da confirmação dos pedidos de venda, assegurando a margem dos negócios. À medida que os produtos são entregues e faturados, a Companhia captura os efeitos da valorização ou desvalorização do Real em suas margens operacionais ou no resultado financeiro.



EBITDA

O *EBITDA* alcançou R\$ 1.506,1 milhões em 2025, com margem de 16,6%, contra R\$ 1.625,2 milhões e margem de 18,9% em 2024.

O *EBITDA* foi afetado positivamente pela performance das operações internacionais da Companhia e ganhos de eficiência e, negativamente, pelo pior *mix* de vendas com maior exposição da receita a produtos de menor valor agregado, pela valorização do Real frente ao Dólar Norte-americano nas exportações a partir do Brasil e pelos impactos não-recorrentes trazidos pela coligada NFI.

Em 2025, o *EBITDA* foi impactado negativamente de forma não-recorrente pelo resultado da coligada canadense NFI, em R\$ 133,3 milhões. Ajustado pelo impacto mencionado, o *EBITDA* de 2025 alcançaria R\$ 1.639,4 milhões, com margem de 18,1%.

Em 2024, o *EBITDA* havia sido beneficiado em R\$ 49,2 milhões por conta do resultado da equivalência patrimonial da coligada argentina Metalpar, e, negativamente, impactado de forma não-recorrente em R\$ 5,9 milhões pelo REFIS, em R\$ 7,3 milhões pelo resultado do terceiro trimestre de 2024 da coligada canadense NFI e em R\$ 16,8 milhões pela complementação de provisão realizada no quarto trimestre de 2024 associada à remuneração variável dos colaboradores da Companhia em função da ampla superação dos objetivos da Companhia.

Ajustado pelos efeitos mencionados, o *EBITDA* de 2024 alcançaria R\$ 1.606 milhões, com margem de 18,7%.

A tabela a seguir destaca as contas que compõem o *EBITDA*.

R\$ MILHÕES	2025	2024
Resultado antes do IR e CS	1.567,4	1.470,6
Receitas Financeiras	-857,5	-716,0
Despesas Financeiras	639,7	703,0
Depreciações / Amortizações	156,5	167,6
EBITDA	1.506,1	1.625,2

Lucro Líquido

O lucro líquido de 2025 atingiu R\$ 1.235,5 milhões, com margem líquida de 13,6%, contra R\$ 1.222,4 milhões e margem líquida de 14,2% em 2024. O incremento do resultado líquido frente a 2025 é reflexo dos fatores detalhados no *EBITDA* e no resultado financeiro.

O lucro líquido alcançou

1.235,5 milhões

Com margem líquida de 13,6%

Endividamento Financeiro

O endividamento financeiro líquido totalizava R\$ 1.481,2 milhões em 31/12/2025 (R\$ 1.158,1 milhões em 31/12/2024). Desse total, R\$ 1.199,3 milhões eram provenientes do segmento financeiro (Banco Moneo) e R\$ 281,9 milhões do segmento industrial. Cabe ressaltar que o endividamento do segmento financeiro provém da consolidação das atividades do Banco Moneo e deve ser analisado separadamente, uma vez que possui características distintas daquele proveniente das atividades industriais da Companhia. O passivo financeiro do Banco Moneo tem como contra partida a conta de “Clientes” no Ativo do Banco. O risco de crédito está devidamente provisionado. Por se tratar de repasses do FINAME, cada desembolso oriundo do BNDES tem exata contrapartida na conta de recebíveis de clientes do Banco Moneo, tanto em prazo como em taxa fixa.

Em 31 de dezembro, o endividamento financeiro líquido do segmento industrial representava 0,2 vezes o *EBITDA* dos últimos 12 meses.



Geração de Caixa

Em 2025, as atividades operacionais geraram recursos de R\$ 1.438,8 milhões. As atividades de investimento, deduzidos os dividendos recebidos de empresas coligadas, demandaram R\$ 321,2 milhões, enquanto as atividades de financiamento consumiram R\$ 968,1 milhões.

Como resultado, o saldo inicial de caixa de R\$ 2.098,6 milhões, considerando as aplicações financeiras não disponíveis e deduzindo-se R\$ 26,1 milhões relativo à diferença entre a variação cambial e a variação das contas relativas às aplicações financeiras não disponíveis, elevou-se para R\$ 2.222 milhões ao final do ano.



Geração de Valor

O valor econômico direto gerado e distribuído pela Marcopolo em 2024 e 2025 ocorreu da seguinte maneira:

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	2024 (R\$ mil)	2025 (R\$ mil)
	3.786.529	4.012.432
PESSOAL	1.593.434	1.727.783
Remuneração direta	1.350.963	1.452.152
Benefícios	180.202	202.830
FGTS	62.269	72.801
IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES	249.242	388.569
Federais	360.476	475.504
Estaduais	-114.235	-90.391
Municipais	3.001	3.456
REMUNERAÇÃO DE CAPITAIS DE TERCEIROS	721.476	660.572
Despesas financeiras	469.311	557.931
Aluguéis	18.498	20.889
Outras	233.667	81.752
LUCROS DO EXERCÍCIO, JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO E DIVIDENDOS	1.222.377	1.235.508
Juros sobre o capital próprio e dividendos	364.124	991.665
Lucros retidos dos exercícios	858.253	243.843



Desempenho das Controladas e Coligadas

Banco Moneo

O Banco Moneo está autorizado a atuar nas carteiras de arrendamento mercantil e crédito, financiamento e investimento. Em 2025, apresentou lucro líquido de R\$ 42,2 milhões (R\$ 35,1 milhões em 2024).

O Moneo manteve a política de priorizar a qualidade da sua carteira de crédito, por meio de um rigoroso sistema de avaliação e aprovação, ampliando suas operações de forma estruturada à medida da evolução do próprio mercado brasileiro de ônibus.



Controladas no Exterior

Em 2025, as operações controladas no exterior entregaram 2.568 unidades, 7,1% superior a 2024 (2.397unidades). A seguir estão descritos os principais destaques das controladas no exterior:

MARCOPOLO AUSTRÁLIA (VOLGREN)

A operação entregou 569 unidades em 2025 (redução de 2,2% em relação às 582 entregues em 2024). A unidade australiana segue alcançando recordes históricos de performance, focada em controle de custos, avanço da eficiência, na presença comercial e industrial. Mesmo com redução de volumes, a Volgren garantiu recorde de resultados com um *mix* de entregas voltado a produtos de maior valor agregado, atingindo lucro líquido de R\$ 132,5 milhões (R\$ 85,8 milhões em 2024).

MARCOPOLO ARGENTINA (METALSUR)

Em 2025, a operação argentina entregou 460 unidades (todas do segmento rodoviário), com crescimento de 182,2% em relação às 163 entregues em 2024. O aumento acentuado dos volumes ocorre a partir da recuperação do cenário macroeconômico da Argentina e da reestruturação realizada na Metalsur ao longo dos últimos anos. A Metalsur concentrou suas entregas em produtos de maior valor agregado, especialmente de ônibus rodoviários pesados, alcançando resultado líquido recorde de R\$ 129 milhões (R\$ 75,7 milhões negativos em 2024).

MARCOPOLO CHINA (MAC)

Em 2025, a unidade chinesa apresentou resultado positivo de R\$ 5,4 milhões contra R\$ 12,2 milhões negativos em 2024.

MARCOPOLO MÉXICO (POLOMEX)

A operação mexicana entregou 911 unidades em 2025, 14,3% inferior a 2024. A unidade foi afetada pelas incertezas macroeconômicas associadas à discussão de tarifas com o mercado Norte-americano, que afetaram a confiança dos principais clientes em relação à decisão de investimentos. A Polomex alcançou lucro líquido de R\$ 46,8 milhões em 2025 (R\$ 51,8 milhões em 2024).

MARCOPOLO ÁFRICA DO SUL (MASA)

Em 2025 a MASA entregou 439 unidades, com redução de 3,3% em relação a 2024. Mesmo com menores volumes, a operação sul-africana ampliou sua rentabilidade a partir da entrega de produtos de maior valor agregado, apresentando lucro líquido de R\$ 24,5 milhões em 2025 (R\$ 14,9 milhões em 2024).



Coligadas no Exterior

MARCOPOLO COLÔMBIA (SUPERPOLO)

A unidade colombiana apresentou resultados crescentes em 2025, com evolução de volumes e composição de mix de vendas. A coligada apresentou equivalência patrimonial de R\$ 14,7 milhões contra R\$ 12,6 milhões em 2024.

NFI GROUP INC. (CANADÁ)

A companhia canadense sofreu com eventos não-recorrentes em seus resultados, mesmo possuindo uma longa carteira de pedidos e boas perspectivas na recuperação de seus resultados operacionais. Em 2025, a coligada apurou resultado negativo de R\$ 127,5 milhões à equivalência patrimonial contra R\$ 11,3 milhões também negativos em 2024.



Audidores Independentes

Em atendimento à Resolução CVM 162/22, a Marcopolo declara possuir outros contratos com seus Auditores Independentes que não relacionados com a auditoria das Demonstrações Financeiras da Companhia.

Durante o exercício de 2025, a KPMG Auditores Independentes Ltda. (“KPMG”) foi contratada para serviços de auditoria das demonstrações financeiras e outros serviços não relacionados a auditoria. Com relação aos serviços de não auditoria, a Companhia tem por procedimento a obtenção de aprovação prévia

do Comitê de auditoria, de forma a evitar a existência de conflito de interesse, perda de independência ou objetividade de seus auditores independentes.

A responsabilidade pelas definições inerentes aos procedimentos executados e sua aplicação são prerrogativas da Administração, assim, é entendimento tanto da Companhia quanto dos seus auditores externos que tais serviços não afetam a independência profissional.

HONORÁRIOS DE AUDITORIA E NÃO AUDITORIA (R\$ MIL)	2025
Honorários de auditoria	2.339,0
Honorários de não auditoria	507,0
TOTAL	2.846,0





Mercado de Capitais

Capital Social

Em 31 de dezembro de 2025, o capital social da Marcopolo era de R\$ 3.039.801.848,62, dividido em 1.249.898.603 ações, sendo 450.945.982 ações ordinárias (36,1%) e 798.952.621 (63,9%) ações preferenciais, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.



Desempenho das ações da Marcopolo na B3

Em 2025, transações com ações da Marcopolo movimentaram R\$ 24.492,3 milhões. A participação de investidores estrangeiros no capital social da Marcopolo totalizava, em 31 de dezembro, 43,3% das ações preferenciais e 29,5% do capital social total. No fim do período, a Companhia possuía 88.033 acionistas.

A partir do dia 3 de janeiro de 2025, a Marcopolo voltou a integrar o Ibovespa, principal índice de ações do mercado de capitais brasileiro. A tabela a seguir demonstra a evolução dos principais indicadores relacionados ao mercado de capitais:

INDICADORES	2025	2024
Valor transacionado (R\$ milhões)	24.492,3	16.804,0
Valor de mercado (R\$ milhões) ❶ ❷	7.461,9	8.385,7
Ações existentes	1.249.898.603	1.136.271.458
Valor patrimonial por ação (R\$)	3,09	3,42
Cotação POMO4 no final do período (R\$)	5,97	7,38

Notas: ❶ Cotação da última transação do período da ação Preferencial (POMO4) , multiplicado pelo total das ações ordinárias e preferenciais existentes no mesmo período. ❷ Desse total 9.306.661 ações preferenciais encontravam-se em tesouraria em 31/12/2025.



Dividendos/Juros Sobre o Capital Próprio

O valor total de proventos distribuídos em 2025 totalizou R\$ 1.161,3 milhões ou R\$ 0,94 por ação. O valor é equivalente a 94,9% do lucro líquido em 2025 e representa um *yield* (dividendo por ação/cotação da ação preferencial ao final do exercício) de 15,7%. Em 2025, a Companhia realizou a distribuição de proventos recordes, suportados pela geração de caixa e baixo endividamento, realizando um *pay-out* de 94,9%.

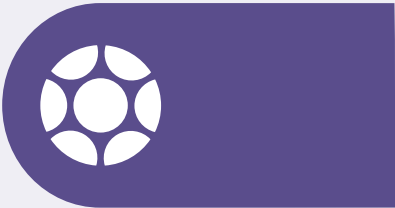
Investimentos/Imobilizações

Em 2025, a Marcopolo investiu R\$ 320,9 milhões em seu imobilizado, dos quais R\$ 123,1 milhões foram despendidos na controladora e aplicados da seguinte forma: R\$ 87 milhões em máquinas e equipamentos, R\$ 16,4 milhões em prédios e benfeitorias, R\$ 16,1 milhões em equipamentos de informática e softwares e R\$ 3,6 milhões em outras imobilizações.

Nas controladas, foram investidos R\$ 197,8 milhões, sendo R\$ 101 milhões na Volare Veículos (São Mateus), R\$ 41 milhões na Apolo (Plásticos), R\$ 12,8 milhões na Marcopolo Austrália, R\$ 8,2 milhões na Marcopolo México, R\$ 7,9 milhões na Marcopolo Argentina e R\$ 26,9 milhões nas demais unidades.

Fatos Relevantes e Comunicados ao Mercado

Em 19 de dezembro de 2025, a Marcopolo comunicou ao mercado sobre a emissão de novas ações mediante a capitalização de reservas existentes, com bonificação de 10% sobre a posição existente em 23 de dezembro de 2025. O custo atribuído às novas ações foi de R\$ 6,21.



04 **GESTÃO DE PESSOAS**

GRI 2-7, 2-30, 401-2, 401-3, 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 404-1, 405-1



Conhecendo a equipe Marcopolo

A equipe global da Marcopolo em dezembro 2025 era composta por 15.056 colaboradores, distribuída em sete países, sendo que 77% concentrada no Brasil. Em termos de gênero, as mulheres representam 22,4% do quadro no Brasil e 11,1% nas unidades do exterior, totalizando 19,8% dos colaboradores.

COLABORADORES POR GÊNERO E TIPO DE EMPREGO				
GÊNERO	TIPO DE EMPREGO	BRASIL	EXTERIOR	TOTAL
Homens	Permanente	8.966	3.006	11.972
	Aprendiz	48	19	67
	Estagiário	23	10	33
	TOTAL	9.037	3.035	12.072
Mulheres	Permanente	2.550	366	2.916
	Aprendiz	41	6	47
	Estagiário	13	8	21
	TOTAL	2.604	380	2.984
TOTAL	TOTAL	11.641	3.415	15.056



Diversidade e Inclusão

A Marcopolo vem reforçando seu compromisso com a Diversidade e Inclusão por meio de iniciativas estruturadas que visam a ampliar o conhecimento e a conscientização de todos os colaboradores. O programa **Somos Coletivos**, lançado em 2023, destacou-se como plataforma de diálogo e aprendizado sobre temas relevantes da pauta, enquanto a UniMarcopolo disponibilizou cursos on-line acessíveis a toda a organização. A equipe de gestão foi contemplada com conteúdo específico na Escola de Liderança e Gestão, com foco em equipes diversas e inclusivas.

Como parte do processo de diversidade, a Marcopolo vem monitorando a participação de mulheres em posições de gestão em todas as suas unidades. Os processos de seleção

e as oportunidades de desenvolvimento são realizados de maneira abrangente para que tanto homens como mulheres possam participar em igualdade de condições. O quadro a seguir mostra o percentual de homens e mulheres ocupando os cargos de gestão na empresa.

% OCUPANTES DE CARGOS DE GESTÃO POR GÊNERO		
GÊNERO	BRASIL	EXTERIOR
Homens	91,7	90,1
Mulheres	8,3	9,9



A empresa mantém desde 2004 o **Programa Envolver**, focado na inclusão de Pessoas com Deficiências (neurodivergentes, físicas, auditivas, visuais e reabilitados) nas unidades brasileiras. Os participantes do programa são treinados para realizar diversas atividades e são acompanhados por uma equipe especializada. Em 2025, o programa foi implementado na unidade São Cristóvão.





Relacionamento com Colaboradores

A Marcopolo procura manter com seus colaboradores um relacionamento baseado em seus Valores e reforçado pelos seus cinco Comportamentos Vencedores: transparência, confiança, engajamento, senso de dono e colaboração.

A empresa utiliza vários canais de comunicação para manter a equipe de colaboradores informada sobre os diversos assuntos, tais como intranet, Informativo Semanal, grupos de WhatsApp, quadros murais e revista impressa, que fazem parte da Rede ViaPolo. As unidades do exterior utilizam canais semelhantes, adaptados às suas necessidades. Também são disponibilizados canais de ouvidoria, conforme mostrado no capítulo 2 deste relatório.

De forma similar, são realizadas reuniões periódicas com os gestores e com as equipes em todas as unidades. No Brasil, o tradicional Encontro Marcado é um evento de alinhamento de todos os colaboradores com o Presidente do Conselho de Administração e o Diretor Presidente da empresa (CEO). Nas operações internacionais, os encontros são conduzidos pelo Gestor Geral da unidade com suas equipes.



Dia do Colaborador Marcopolo México



Dia da Mulher Marcopolo Colômbia



Heritage Day Marcopolo África do Sul



Honra ao Mérito Marcopolo Argentina



Aniversário de 20 Anos da Unidade China



Celebração Entrega Ônibus 2.000 na Planta de Queensland - Marcopolo Austrália



Encontro Marcado Caxias do Sul



Honra ao Mérito 25 Anos Brasil

Ações de relacionamento com os colaboradores para promover o engajamento são realizadas ao longo do ano, incluindo datas festivas, celebrações culturais, comemorações por resultados, aniversário de unidades e homenagem por tempo de serviço.



Como destaque em 2025, foi realizado o **Programa Conexão Marcopolo**, com o objetivo de promover um alinhamento institucional com os 15 mil colaboradores de todas as unidades no Brasil e no exterior.

O programa estimula o senso de pertencimento, numa experiência de aprendizagem desenvolvida para mobilizar, engajar e conectar os participantes com temas relevantes para a empresa, como Segurança, Qualidade e Competitividade. A atividade também fortaleceu a cultura Marcopolo, promovendo um ambiente de trabalho cada vez mais plural e respeitoso.



Caxias do Sul - Brasil



Marcopolo África do Sul

Satisfação dos Colaboradores

A Marcopolo realiza desde 1997 pesquisas periódicas para acompanhar a satisfação de seus colaboradores. A partir de 2024, a empresa passou a utilizar a metodologia do *Great Place to Work* (GPTW). A pesquisa de 2025 contou com a participação espontânea de 78% dos colaboradores de todas as unidades do Brasil e do exterior.

A média de favorabilidade global ficou em 71%, enquanto a média somente para as unidades brasileiras ficou em 72%. As unidades do Brasil, da Argentina, Colômbia e China foram certificadas como um excelente lugar para trabalhar, de acordo com a metodologia GPTW (*Great Place to Work*).

Os resultados da pesquisa, em conjunto com os 18.936 comentários recebidos, foram utilizados pelas unidades para estruturar planos de ações de melhoria, que são acompanhados pela equipe de Gestão de Projetos, com reporte mensal para a Diretoria Executiva da empresa.





Benefícios aos Colaboradores e Familiares

A Marcopolo oferece diversos benefícios para os colaboradores e seus familiares, alinhados conforme as necessidades e a legislação de cada país e localidade. A maioria dos benefícios está voltada para programas de saúde e qualidade de vida. A empresa também oferece licença maternidade e paternidade estendidas para as unidades conveniadas.

A Fundação Marcopolo contribui para a maior parte das ações nas unidades brasileiras, destacando-se campeonatos esportivos internos, atividades recreativas, treinamento de futebol para crianças, oficinas socioeducativas para estudantes, Dia da Criança, Festa de São João, Entrevero Farroupilha e a tradicional Festa de Natal. As unidades do exterior realizam ações de envolvimento coordenadas pelas áreas de Recursos Humanos, conforme as características da cultura local.



Renovação da frota de ônibus fretados Volare São Mateus



Dia da Família Marcopolo Austrália



Feira de Benefícios na Marcopolo Colômbia



Final do torneio de futebol Marcopolo México



Festa de Natal Marcopolo Brasil - Caxias do Sul



Lançamento Clube de Benefícios Marcopolo Argentina



Capacitação de Colaboradores

A Marcopolo investe constantemente na capacitação de seus colaboradores para o bom desempenho nos negócios atuais e para o futuro. Em 2025, foram 341.235 horas de treinamento, com uma média de 22,7 horas por colaborador/ano entre todas as unidades.

A empresa mantém **centros de treinamento** em suas unidades industriais, voltadas para a capacitação dos colaboradores nas principais atividades operacionais, como eletricidade, solda, pintura, estanqueidade, plásticos, operação de máquinas, bem como processos complementares e de segurança.

Já a UniMarcopolo atua com base em uma arquitetura de aprendizagem estruturada, que contempla centros de conhecimento: Liderança e Gestão, Novos Negócios, Jeito de Ser Marcopolo, Efetividade Operacional, Produto e iniciativas de autodesenvolvimento. A **Escola de Liderança e Gestão** ofereceu trilhas presenciais e atividades práticas com foco em Liderança, impactando 850 profissionais nas unidades brasileiras. O programa **Impulsionando Carreiras**, voltado ao fortalecimento de competências essenciais para desenvolvimento de potenciais formou em 2025 mais de 120 potenciais para assumirem novos desafios no negócio.

A plataforma da UniMarcopolo oferece mais de **200 cursos on line** de forma gratuita a todos os colaboradores, abrangendo temas técnicos, comportamentais e conteúdos alinhados às necessidades estratégicas do negócio, com mais de 15 mil acessos em 2025. A plataforma também oferece um **Programa de Idiomas**, focado no aumento da proficiência em inglês e espanhol para equipes com atuação global.

A empresa mantém desde 1990 a **Escola de Formação Profissional Marcopolo (EFPM)**, que atua na preparação de jovens aprendizes da comunidade de Caxias do Sul. Em 2025, a EFPM formou 79 profissionais no curso de montador de veículos automotores, tendo selecionado mais 100 jovens para o período de 2026. Ao completar 35 anos, a EFPM iniciou atividades também na Unidade São Mateus, com a contratação de 38 alunos da comunidade local. O curso é realizado em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e, no caso de Caxias do Sul, também com a Fundação de Assistência Social (FAS).



Inauguração da EFPM na Unidade São Mateus



Treinamento Brasil



Desenvolvimento de Lideranças Marcopolo Argentina



Direitos Humanos e Relações Trabalhistas

A Marcopolo tem o compromisso de garantir que os direitos humanos básicos sejam aplicados em todas as suas operações no Brasil e no exterior. A Política de Direitos Humanos está registrada no Código de Conduta, abrangendo os seguintes temas: trabalho infantil, trabalho escravo, saúde e segurança, liberdade de associação, discriminação, práticas disciplinares, horário de trabalho, compensação e forma de reparação.

Os colaboradores de todas as unidades têm direito à livre associação com as entidades sindicais representativas das categorias profissionais a que pertencem, com reconhecimento por parte da empresa.

No Brasil, 100% dos empregados estão cobertos por acordos de negociação coletiva e, no exterior, a adesão depende da categoria profissional. A empresa procura manter um relacionamento de respeito e valorização com as diversas entidades sindicais por meio dos representantes de ambas as partes.



Sistema de Gestão de Saúde e Segurança

O cuidado com a saúde e a segurança dos colaboradores é um compromisso das empresas Marcopolo. O Sistema de Gestão da Saúde e Segurança da Marcopolo Brasil está certificado pela ISO 45001. As unidades do exterior seguem a legislação aplicada localmente, com equipes especializadas atuando em todas as plantas. Os indicadores destes processos são avaliados periodicamente pela Gestão. A empresa investe continuamente em sistemas de

proteção e prevenção, com o objetivo de reduzir os perigos e riscos ocupacionais e a ocorrência de acidentes de trabalho em todas as suas unidades. Os colaboradores também recebem treinamentos sobre segurança na realização de suas atividades, na operação de máquinas e equipamentos e no uso dos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e Coletivos (EPCs), de acordo com as suas necessidades.





Gestão da Saúde

A empresa dispõe de ambulatorios para atendimento médico assistencial e ocupacional aos seus colaboradores em todas as unidades do Brasil e do exterior. Nas unidades de Caxias do Sul, a empresa conta também com cabines de teleatendimento médico, onde o colaborador pode fazer atendimento de telemedicina com médicos do convênio de saúde. Os empregados e seus familiares das unidades brasileiras têm como benefício convênio de assistência médica e odontológica. Adicionalmente, algumas unidades do exterior, como Argentina e México, também oferecem convênios de saúde.

Em 2025, foi implantado nas unidades Brasil o **Programa de Saúde Mental Coletiva**, alinhado às atualizações da norma regulamentadora NR-01. Também passou a ser oferecida **ginástica laboral** para as áreas de mão de obra indireta, fortalecendo as práticas de promoção da saúde.

Ao longo do ano, foram realizadas diversas iniciativas de cuidado e prevenção, como campanhas para datas temáticas como **Janeiro Branco, Setembro Amarelo, Outubro Rosa e Novembro Azul**, contemplando tanto as unidades brasileiras quanto algumas operações no exterior.

Além disso, foram promovidas campanhas para **Doação de Sangue** e para **Vacinação**, e foram mantidas **salas de apoio à amamentação** nas unidades de Caxias do Sul, garantindo estrutura adequada para as colaboradoras no retorno da licença-maternidade.

A Marcopolo conta com uma equipe multidisciplinar, formada por médicos, enfermeiros, fisioterapeutas e outros profissionais de saúde e bem-estar. O monitoramento dos indicadores de saúde é feito de acordo com os programas específicos definidos pela legislação de cada país.

No Brasil, esse monitoramento é estabelecido pela norma regulamentadora NR-07, contemplando o Programa de Controle

Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) e o Programa de Conservação Auditiva (PCA). Os dados sobre saúde servem de referência para as ações dos programas de prevenção e bem-estar coletivos, mantidos sob sigilo conforme a legislação de proteção de dados de cada país. Os casos de doenças ocupacionais são

avaliados por uma equipe especializada em cada unidade da empresa e ações preventivas e corretivas são tomadas de acordo com as necessidades identificadas. O processo de avaliação utiliza um protocolo de investigação e nexos como referência.



Palestra Novembro Azul Marcopolo México



Caminhada Outubro Rosa Marcopolo Argentina



Ação Setembro Amarelo (Saúde Mental) na Marcopolo Brasil



Lançamento da Cultura de Cuidados Marcopolo Colômbia



Gestão da Segurança

As equipes especializadas em segurança trabalham em conjunto com as demais áreas para identificar, eliminar ou minimizar a exposição dos colaboradores a riscos, com o objetivo de proporcionar um ambiente seguro e saudável.

A empresa oferece sistemas para proteção individual e coletiva para os colaboradores de todas as unidades de acordo com a área de atuação e função. Visitantes e terceiros também são contemplados, conforme a necessidade. As plantas industriais têm sinalização adequada para atender aos requisitos de segurança e riscos ambientais.

Algumas das ferramentas utilizadas na Gestão de Segurança são os Diálogos de Segurança, Inspeções nos setores, Blitz de veículos e o Registro de Incidentes de Trabalho (RIT), que é um canal digital para a identificação das condições de risco, que pode ser usado de forma anônima ou identificada.

Os membros das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA) e da Equipe Interna de Combate a Incêndio (EICI), apoiam na realização de inspeções de segurança nos diversos ambientes da empresa, identificando pontos para melhoria.

A identificação de perigos/situações perigosas e a avaliação e quantificação de riscos é realizada em todos os postos de trabalho operacionais, tendo como base os descritivos de funções. As planilhas de perigos e danos, recomendadas pela norma ISO 45001, são atualizadas sempre que ocorrem alterações no processo produtivo, mudança de layout ou algum acidente de trabalho. As ações de mitigação e redução desses riscos são tratadas com planos de trabalho específicos.

Informações sobre Saúde e Segurança são divulgadas aos colaboradores por meio da rede ViaPolo e pelos gestores nas reuniões de *Shop Floor* e outras reuniões de áreas.

Também são realizados treinamentos gerais sobre segurança e específicos para determinadas funções, conforme definidos pelas Normas Regulamentadoras (NRs). Esses treinamentos são voltados para os novos colaboradores, para os colaboradores em mudança de cargo e para reciclagem.

No exterior, as ações de prevenção são semelhantes às desenvolvidas no Brasil, com a devida adaptação à realidade e legislação local. Todas as unidades realizam ações com foco na disseminação da cultura de segurança, visando a aumentar a percepção dos colaboradores para a prevenção de riscos.



Ação de segurança no trânsito para motociclistas em Caxias do Sul



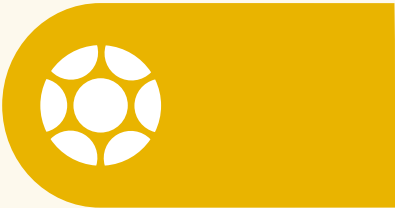
Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAMAR) Marcopolo Brasil



Jornada de Segurança Marcopolo México



Equipe Interna de Combate a Incêndios (EICI) Marcopolo Brasil



05

RELACIONAMENTO
COM PARTES
INTERESSADAS

GRI 2-6; 2-26; 204-1



Visão Geral

A Marcopolo mantém um relacionamento pautado pela transparência, pelo respeito e pela confiança com seus principais públicos de interesse, que incluem clientes, investidores, fornecedores, rede de representantes e concessionários, montadoras de chassis e a comunidade em geral. O relacionamento com os colaboradores é abordado de forma específica no Capítulo 4 deste relatório.

Para promover a aproximação e o diálogo contínuo com clientes e com o público em geral, a companhia utiliza diversos canais de comunicação, como o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC – 0800) e plataformas digitais. As marcas que compõem o ecossistema de negócios da Marcopolo utilizam canais de comunicação próprios, alinhados às suas estratégias, públicos e mercados de atuação, observando as diretrizes corporativas de comunicação.

A presença nas mídias digitais possibilita a interação permanente com os diferentes públicos, contribuindo para o fortalecimento da reputação das marcas e dos produtos da Marcopolo.



Relacionamento com Clientes

A satisfação dos clientes é um dos valores da Marcopolo, sendo eles a razão de sua existência. A empresa faz esforços para identificar o que gera valor para o cliente, oferecendo produtos e serviços que atendam suas necessidades e expectativas.

Além dos canais de comunicação, o relacionamento com os clientes também é realizado por intermédio da rede de representantes e concessionários, que ajudam no compartilhamento de informações e no desenvolvimento de ações regulares focadas na aproximação.

A satisfação dos clientes é avaliada periodicamente por meio de pesquisas específicas conduzidas pelas áreas Comercial, Qualidade e Pós-Vendas. As informações coletadas são utilizadas para orientar melhorias em processos e produtos, servindo de fonte para ações das áreas comerciais e de engenharia de desenvolvimento.

A área de Pós-Vendas realiza ações de treinamento em operação e manutenção dos produtos para clientes, representantes e concessionários das marcas Marcopolo, Volare e Neobus. Esses treinamentos mantêm as equipes de campo capacitadas para realizar manutenções preventivas e corretivas nos produtos, além de compartilhar conhecimentos sobre novas tecnologias embarcadas. As unidades no exterior também realizam treinamentos para seus clientes locais, que podem ocorrer no formato presencial e Ensino à Distância (EAD).

TREINAMENTO PARA CLIENTES 2025 (PRESENCIAL E ON LINE)		
MERCADO	NÚMERO DE PARTICIPANTES	HORAS DE TREINAMENTO
Interno	262	3.364
Externo	1.264	10.136



Convenção de Vendas Volare



Lançamento Attivi Articulado BYD
Marcopolo Colômbia



Expoforo no México



Treinamento para clientes
Marcopolo Brasil



Entrega de Volare para
cliente Dargil



Entrega de produto para
cliente Lindetur Brasil

Relacionamento com Investidores

A Companhia pratica tratamento justo e igualitário a todos os minoritários, sejam do capital ou das demais partes interessadas (*stakeholders*). Na divulgação de informações, utiliza elevados padrões de transparência, buscando estabelecer um clima de confiança, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros.

Em 2025, a Companhia realizou reunião com a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais (APIMEC), participou de diversas conferências e *non-deal roadshows* promovidos por instituições financeiras no Brasil e no exterior, e manteve atendimentos a analistas e investidores. A Companhia também realizou seu *investor day* presencial, com transmissão ao vivo através do seu canal oficial no YouTube.

O website da área de Relações com Investidores da Marcopolo (ri.marcopolo.com.br) possui conteúdo atualizado para atender ao público investidor.

Relacionamento com Fornecedores

O relacionamento da Marcopolo com a cadeia de suprimentos abrange o desenvolvimento de fornecedores e materiais, a negociação de condições comerciais, o monitoramento e controle durante do processo de fornecimento dos requisitos de qualidade, entrega e diretrizes de *Compliance* antes negociados, além do suporte e governança da performance do próprio processo de compras.

O principal meio de comunicação com a cadeia de suprimentos é a página de web denominada Portal de Fornecedores Marcopolo, onde ocorre a troca de informações e documentos referentes aos processos de cadastro, segmentação, seleção,

contratação, abastecimento e monitoramento de compras. Acesse em: portaldefornecedores.marcopolo.com.br

Desde 2024 a empresa vem desenvolvendo um projeto de *Global Sourcing*, com o objetivo de estabelecer maior sinergia de seus processos de compras internacionais, bem como para obter um diferencial competitivo por meio de uma governança integrada.

A cadeia de suprimentos está distribuída entre fornecedores localizados na mesma região das unidades industriais e fornecedores de outras regiões ou países.

DISTRIBUIÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS 2025							
PAÍS / FORNECEDORES	BRASIL	ÁFRICA DO SUL	ARGENTINA	AUSTRÁLIA	CHINA	COLÔMBIA	MÉXICO
Na região do país onde a empresa está localizada	61%	95%	45%	64%	72%	60%	21%
De outras regiões	36%	4%	25%	30%	27%	34%	40%
De outros países	3%	1%	30%	6%	1%	6%	39%



Relacionamento com Comunidades

A Marcopolo tem o compromisso de contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde está inserida. Todas as unidades no Brasil e no exterior procuram realizar ações que possam envolver as pessoas do seu entorno, como palestras em escolas, incentivo ao voluntariado, doações para instituições sociais e apoio em situações emergenciais.



Doação de ônibus para Lar de Crianças Epworth
Marcopolo África do Sul



Entrega de doação para o Instituto da Mulher
Marcopolo México



Fundação Marcopolo

A Fundação Marcopolo desenvolve programas estruturantes para o desenvolvimento das cidades e comunidades relacionadas com a Marcopolo. Fundada em 1998, a Fundação Marcopolo é uma organização sem fins lucrativos que atua em cinco pilares fundamentais: educação, cultura, esporte, fazer o bem e sinergia social.

Sua principal responsabilidade é potencializar cidades e amplificar os talentos de seus estudantes, trabalhando em sinergia com parceiros de mesma vocação: empresas, entidades governamentais, outras fundações e quaisquer iniciativas dedicadas a promover um mundo melhor.



PILAR EDUCAÇÃO

O foco deste pilar é a formação de cidadãos por meio de programas de desenvolvimento para jovens e professores. Em 2025, mais de 50.000 estudantes de escolas públicas foram beneficiados pelos programas de educação. Atividades como a **Mostra Científica** e o **Jornalista Por um Dia** mobilizaram estudantes e professores de toda a Serra Gaúcha, com o objetivo de ampliar a discussão sobre temas emergentes da atualidade, como pensamento científico, escrita criativa e sustentabilidade.



Mostra Científica



Concurso Jornalista por um Dia

Já a **Escola Marcopolo de Criatividade**, que está em seu quarto ano, gerou oportunidade de participação para mais de 400 jovens de Caxias do Sul (RS) e São Mateus (ES), por meio de oficinas realizadas no contraturno escolar. As atividades incluem laboratórios de física, biologia, pensamento computacional, escrita criativa, cinema, música, ilustração, design, moda, sustentabilidade e reciclagem, entre outras.



Escola Marcopolo de Criatividade



PILAR CULTURA

Considerando a cultura como propulsora de transformação social, a Fundação Marcopolo promove atividades que ampliam o repertório e fortalecem o vínculo com a comunidade. Em 2025, foi inaugurada a **Biblioteca Parque Fundação Marcopolo**, novo espaço da Escola Marcopolo de Criatividade, um local aberto à comunidade, concebido como ambiente de convivência, acesso ao conhecimento e trocas culturais.



Inauguração da Biblioteca Parque em Caxias do Sul

Em Caxias do Sul, parcerias viabilizaram projetos como **Cinema de Verão, Cinema nas Escolas, Tratado de Paz, Causos e Gaitas, Passaporte Caxias, Festival Especial** (dedicado a pessoas com deficiência), **Girando Histórias** e a **Feira do Livro**. Em São Mateus, iniciativas como o **Centro Cultural Araçá** atendem centenas de pessoas. Estes projetos são realizados através de recursos de leis de incentivo em parceria com realizadores e produtores da sociedade civil e tem como objetivo a inclusão através da arte e da cultura, ampliando o repertório da cidade e de seus cidadãos.



Centro Cultural Araçá em São Mateus

PILAR ESPORTE

A **Sede Recreativa** em Caxias do Sul está equipada com um dos melhores complexos esportivos do Rio Grande do Sul, onde são realizadas diversas atividades de interesse público em parceria com instituições municipais e estaduais. Desde 2022, a Sede Recreativa gera sua própria energia por meio de um sistema fotovoltaico, reduzindo o consumo de energia em mais de 80%.

As **escolinhas esportivas** de voleibol, futebol e handebol são realizadas através de parcerias e recursos da própria Fundação Marcopolo, oferecendo 500 vagas gratuitas para estudantes de escolas públicas e filhos de colaboradores.

Além disso, a Fundação promove um calendário anual de **jogos e torneios** com 19 modalidades esportivas, atendendo aproximadamente 3.000 participantes, promovendo a saúde e o bem-estar aos seus colaboradores e famílias. Em 2025, foram realizados projetos como a **Copinha Zona Norte, Taça Fundação Marcopolo** e outros campeonatos como **futebol, futsal e futebol sete** com a participação de cerca de 2.500 jovens de todo o município de Caxias do Sul.



Torneio Interno Marcopolo Brasil



Copinha Zona Norte



PILAR SINERGIA SOCIAL

O Programa **O Futuro que Queremos** é um ciclo de debates e eventos que promove reflexões sobre futuros possíveis nos temas de meio ambiente, educação, mobilidade urbana e vida nas cidades. Em 2025, mais de 10.000 pessoas participaram das atividades do programa, fortalecendo o diálogo e o engajamento em torno desses temas estratégicos.

PILAR FAZER O BEM

Em 2025, a Fundação Marcopolo realizou **doações de equipamentos e materiais para escolas públicas**, beneficiando diretamente unidades de ensino por meio da entrega de eletrodomésticos para cozinhas escolares, insumos para atividades comunitárias e a doação de livros e brinquedos. As ações também contemplaram o apoio a diversas instituições de assistência social em diferentes municípios.



Doação de livros para escola de Caxias do Sul

Por meio do **Projeto Acolher**, a Fundação garantiu atendimento psicológico especializado a 50 crianças e adolescentes acolhidos em casas lares e abrigos, com acompanhamento individual voltado ao bem-estar emocional, ao desenvolvimento saudável e ao fortalecimento de vínculos e habilidades sociais.

FESTIVIDADES

A Fundação Marcopolo contribui para as celebrações festivas da Marcopolo e das comunidades onde atua, como Festa de São João, Entrevero (três dias de celebração da empresa e das tradições do Rio Grande do Sul) e Natal. Mais de 80 mil pessoas participaram destes eventos, incluindo colaboradores, familiares, parceiros e comunidades.



Entrevero Marcopolo - Caxias do Sul



Festa de São João - São Mateus



Prêmios e Reconhecimentos

Em 2025, a Marcopolo foi agraciada com diversos prêmios e reconhecimentos por sua atuação em diferentes campos da sociedade.

FEVEREIRO

Prêmio Lótus 2025 - Editora Frota & Cia

- 1. Marca de carroceria rodoviária: MARCOPOLO
- 2. Marca de microônibus: VOLARE

MARÇO

Marcas de Quem Decide 2025 - Jornal do Comércio

Marcopolo é líder na categoria Fábrica de Ônibus e Destaque como Marca Gaúcha Inovadora e Grande Marca Gaúcha do Ano.

MAIO

Prêmio Empresas do Ano - Tribuna do Cricaré

Marcopolo foi a escolhida pela relevante contribuição ao desenvolvimento de São Mateus e do Espírito Santo, através da geração de milhares de empregos e de sua produção industrial, agregando tecnologia e valor à economia mateense e capixaba.

JULHO

Campeãs da Inovação - Revista Amanhã

Destaque pelo lançamento do NOMADE: inovação sobre rodas. Marcopolo se torna pioneira no Brasil ao oferecer primeiro modelo integral compacto de motorhome produzido no país e leva o título de campeã em processos de inovação.

AGOSTO

52º Prêmio Exportação RS - ADVB/RS

Destaque Branding Internacional.

SETEMBRO

Prêmio Gazeta Empresarial de São Mateus - Rede Gazeta

A Marcopolo ficou em 1º lugar em cinco categorias na pesquisa quantitativa realizada com os moradores de São Mateus, consolidando sua liderança de imagem local.

Ranking Valor 1000 - Jornal Valor Econômico

A empresa figura como a 158ª maior empresa do país (subindo 29 colocações em relação ao ano anterior) e 29ª maior empresa da Região Sul, entre as 50 do Sul, subindo 8 posições.

Melhores e Maiores da Exame - Revista Exame

A Marcopolo foi mencionada entre as 200 Maiores do Brasil em 2025, ficando na 169ª posição e mantém destaque setorial no Top 5 de Bens de Capital e Eletroeletrônicos, em 4º lugar. Em relação a 2024, a empresa subiu 29 posições no ranking geral que avalia 1.000 empresas.

OUTUBRO

500 Maiores do Sul - Revista Amanhã

- 1. 2ª colocada na categoria Automotivo
- 2. 10º lugar em Receita Líquida no RS
- 3. 11º lugar em Patrimônio Líquido no RS
- 4. 11ª colocada entre as 100 Maiores do RS
- 5. 32ª colocação geral, subindo 2 posições em relação ao ano anterior

Prêmio AutoData 2025 - Revista AutoData

Empresa do Ano e vencedora na Categoria: Cadeia Automotiva Ampliada.

Premio TOP 30 - As Melhores Empresas do Brasil - Revista Veja

Marcopolo é vencedora, na categoria Veículos e Autopeças, do Top 30 Empresas do Brasil 2025. A conquista da Marcopolo no Top 30 Empresas do Brasil 2025, promovido pela VEJA Negócios em parceria com a Austin Rating, é um reconhecimento técnico e altamente prestigiado, que chancela publicamente o modelo de negócios da companhia, sua solidez financeira e impacto estratégico para a economia nacional.

NOVEMBRO

Prêmio Maiores & Melhores do Transporte - Revistas Transporte Moderno e Technibus, da Editora OTM

- 1. A melhor entre as maiores no setor CARROCERIAS PARA ÔNIBUS
- 2. A melhor entre as melhores - INDÚSTRIA DO TRANSPORTE

Prêmio Meio Ambiente e Inovação - Concedido pela WA Bus Show para a Marcopolo Austrália

Reconhecimento pelo compromisso de construir soluções de transporte mais limpas e sustentáveis, por meio de melhoria contínua e inovação.



Prêmio Meio Ambiente e Inovação para Marcopolo Austrália



Participação em Associações

A Marcopolo participa das seguintes associações, que contribuem para o seu desempenho nos negócios em que atua.

BRASIL	
ASSOCIAÇÃO	SITE
Associação do Aço do RS (AARS)	www.aars.com.br
Associação Serrana de Recursos Humanos (ARH Serrana)	arhserrana.com.br
Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP)	www.antp.org.br
Associação Brasileira da Indústria Ferroviária (ABIFER)	abifer.org.br
Associação Brasileira de Veículo Elétrico (ABVE)	www.abve.org.br
Associação dos analistas e profissionais de investimentos do mercado de capitais (APIMEC)	www.apimecbrasil.com.br
Câmara Americana de Comércio para a o Brasil (AMCHAM)	www.amcham.com.br
Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul (CIC Caxias)	ciccaxias.org.br
Centro das Indústrias do Estado do RS (CIERGS)	www.fiergs.org.br/tags/ciergs
Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado do Rio Grande do Sul (CREA-RS)	www.crea-rs.org.br
Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (FABUS)	www.fabus.com.br
Instituto Caldeira	institutocaldeira.org.br
Instituto Hélice	helice.network
Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (IBEF)	ibef.org.br
Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)	www.ibgc.org.br
Sindicato das Indústrias Metalúrgicas e de Materiais Elétricos de Caxias do Sul (SIMECS)	simecs.com.br
Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários (SIMEFRE)	simefre.org.br
Sindicato das Indústrias de Material de Plástico do Nordeste Gaúcho (SIMPLAS)	www.simplas.com.br/home

ÁFRICA DO SUL	
ASSOCIAÇÃO	SITE
MIOSA - Motor Industry Ombudsman of South Africa	www.miosa.co.za
NAAMSA	www.naamsa.net
NUMSA – National Union of Metalworkers South África	www.numsa.org.za

ARGENTINA	
ASSOCIAÇÃO	SITE
Asimra - Metalúrgicos	www.asimra.org.ar
Registros de la Propiedad Automotor	www.dnrpa.gov.ar
Unión Obrera Metalúrgica	www.uom.org.ar
Comisión Nacional de Regulación del Transporte	www.argentina.gob.ar/transporte/cnrt
Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM)	www.iram.org.ar

AUSTRÁLIA	
ASSOCIAÇÃO	SITE
BusVIC	www.busvic.asn.au
BusNSW	busnsw.com.au
BusWA	buswa.com.au
QBIC	www.qbic.com.au
BusSA	www.bussa.asn.au
TasBus	tasbus.com.au
BIC - National Bus Association / Council Members	bic.asn.au
PTAANZ - Public Transport Authorities Australia and New Zealand	ptaanz.org
SEMMA - South East Melbourne Manufacturers Alliance	semma.com.au
ABCC - Australia-Brazil Commerce Chambers	www.australiabrazilchamber.com
AMWU - Australian Manufacturing Workers' Union	www.amwu.org.au

MÉXICO	
ASSOCIAÇÃO	SITE
Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT)	www.canapat.org.mx
Alianza Nacional de Transportadoras Turísticas (ANTT)	antt.org.mx



06

GESTÃO AMBIENTAL

GRI 302-1; 302-3; 303-1; 303-2; 303-3; 303-4; 303-5; 305-1; 305-2; 305-4; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5; 307-1



Visão Geral

A Marcopolo mantém a Sustentabilidade como um de seus Valores, reconhecendo que o equilíbrio entre desenvolvimento econômico, preservação ambiental e bem-estar social é essencial para garantir um futuro resiliente. Em 2025, a empresa consolidou iniciativas voltadas à gestão responsável, reforçando seu compromisso com a minimização de impactos ambientais e o uso eficiente de recursos naturais, além do fortalecimento da cultura interna de conscientização socioambiental.

A atuação nas unidades industriais segue pautada pela conformidade com a legislação aplicável em cada país onde a Marcopolo está presente, bem como pela busca contínua de melhores práticas de mercado. A empresa mantém controles robustos para a prevenção, a mitigação e o monitoramento dos impactos decorrentes de suas atividades, incluindo o acompanhamento sistemático das emissões de gases de efeito estufa (GEE) e de indicadores ambientais estratégicos.

A conscientização dos colaboradores permaneceu como um eixo central da gestão ambiental em 2025. Por meio de campanhas internas, treinamentos e comunicações periódicas, foram reforçadas orientações sobre a correta segregação e destinação de resíduos, a redução de desperdícios e o uso responsável dos recursos naturais, como água, energia e matérias-primas. Essas ações contribuem para fortalecer a compreensão do papel individual na preservação ambiental e estimulam práticas sustentáveis que se estendem para além do ambiente de trabalho, alcançando famílias e comunidades.

No Brasil, o Sistema de Gestão Ambiental da Marcopolo é certificado pela norma ISO 14001, com auditorias internas e externas que comprovam sua eficácia e aderência aos requisitos aplicáveis.

Em 2025, a empresa continuou monitorando o indicador de conformidade da coleta seletiva, reforçando seu compromisso com a reciclagem, a logística reversa, a economia circular e a redução de custos relacionados à destinação final. O indicador, que abrange mais de 60 tipos de resíduos segregados, alcançou 89% nas plantas brasileiras, superando a meta mínima de 85% de conformidade. Esse resultado está alinhado aos temas prioritários identificados na Matriz de Materialidade, reafirmando a relevância da gestão de resíduos como um fator estratégico para a sustentabilidade.



Investimentos em Gestão Ambiental

Os investimentos nas iniciativas de gestão ambiental no Brasil e nas unidades do exterior em 2025 somaram R\$ 11.818.084,93*, distribuídos da seguinte forma:

INVESTIMENTOS EM INICIATIVAS DE GESTÃO AMBIENTAL	BRASIL	EXTERIOR*
Tratamento e Transporte de Resíduos	R\$ 8.935.707,41	R\$ 2.882.377,22
Tratamento de Efluentes		
Despesas Financeiras		
Análises/Monitoramentos (efluentes, resíduos, emissões, fauna, flora, água e solo)		
Taxas (impostos, anuidades...)		
INVESTIMENTO TOTAL	R\$ 11.818.084,93	

*Cotação USD/BRL: 5,6334



Energia

As unidades da Marcopolo no Brasil permanecem no Mercado Livre de Energia e, desde 2014, integram o Programa Perfil Sustentável, o qual contabiliza a quantidade de gases de efeito estufa (GEE) que deixa de ser emitida em virtude da aquisição de energia renovável no Ambiente de Contratação Livre (ACL). A empresa reafirma seu compromisso com um futuro mais sustentável ao consumir energia proveniente de fontes renováveis. Durante o ano de 2025, as unidades brasileiras deixaram de emitir 3.328 tCO2e. A Marcopolo Colômbia (Superpolo) passou a utilizar painéis solares na planta de Cota, resultando numa economia de 11% de energia durante o ano naquele local. Nas demais unidades no exterior, é utilizada energia elétrica fornecida pelas concessionárias locais.

A empresa também utiliza outros combustíveis para geração de energia, sendo 57,92% provenientes de fontes renováveis e 42,08% de fontes não renováveis. As tabelas a seguir mostram a utilização dos recursos energéticos pela empresa no Brasil e exterior.

CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS POR TIPO DE FONTE

COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS (Gigajoules - Gj)		
TIPO DE COMBUSTÍVEL	BRASIL	EXTERIOR
Gás Natural	116.864	24.184
GLP	9.377	3.618
Óleo Diesel	54.221	18.764
Gasolina	976	831
TOTAL	181.438	47.397

COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS (Gigajoules - Gj)		
TIPO DE COMBUSTÍVEL	BRASIL	EXTERIOR
Energia Elétrica Renovável	249.772	25.783
TOTAL	249.772	25.783
TOTAL GERAL	431.210	73.180



Inauguração de painéis solares na Marcopolo Colômbia (planta de Cota)



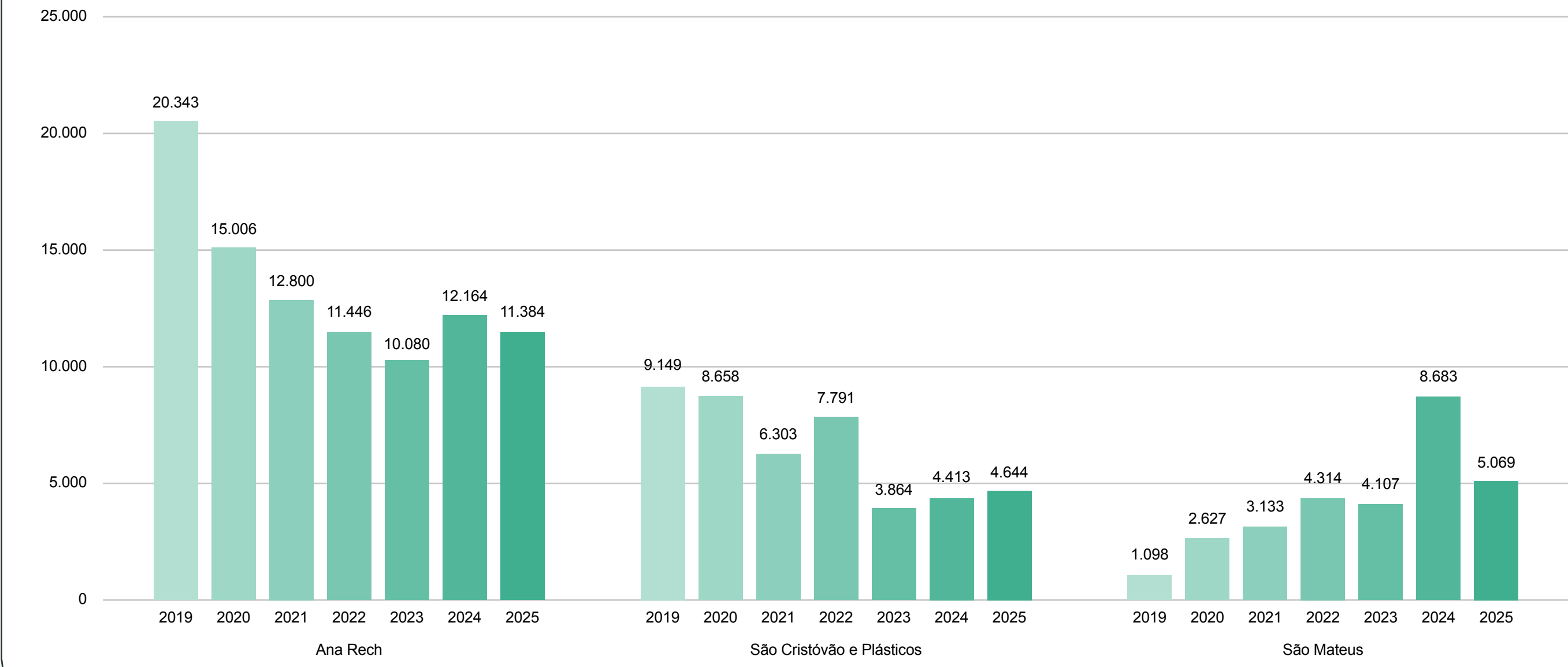
Emissões

A organização monitora e gerencia suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) nas unidades brasileiras, em conformidade com o *GHG Protocol*, contemplando emissões diretas (Escopo 1) e emissões indiretas associadas ao consumo de energia adquirida (Escopo 2), reforçando a transparência de suas informações ambientais.

A Marcopolo Brasil recebeu um reconhecimento na área ambiental ao ser certificada pela Fundação Proamb durante a segunda edição do programa Proamb ReCO2nhece 2026. A premiação destaca empresas que adotam práticas sustentáveis e conseguem comprovar, de forma técnica, resultados efetivos na redução de emissões de gases de efeito estufa. O Certificado de Emissões Evitadas é um reconhecimento técnico que atesta, conforme uma metodologia internacional (*GHG Protocol* e diretrizes do IPCC), a quantidade de gases de efeito estufa (GEE) que deixaram de ser emitidos para a atmosfera. Esse resultado é consequência direta da destinação de resíduos sólidos industriais ao coprocessamento – uma técnica utilizada na indústria do cimento, que substitui combustíveis fósseis, como o coque de petróleo, por resíduos com potencial energético, chamado de CDR (Combustível Derivado de Resíduos). No caso específico do projeto da Fundação Proamb, parceira Marcopolo, essa substituição resultou em uma redução de mais de 15% nas emissões de CO₂ em relação à queima do combustível fóssil tradicional. Desta forma, em 2025, a Marcopolo deixou de emitir 25 tCO₂e, enviando resíduos industriais para coprocessamento neste parceiro.

As informações apresentadas a seguir referem-se às emissões absolutas das unidades Ana Rech, São Cristóvão/Plásticos e São Mateus, no período de 2019 a 2025, expressas em toneladas de dióxido de carbono equivalente (tCO₂e). O gráfico apresenta a série histórica das emissões desde o primeiro inventário, conduzido em 2019, permitindo uma análise comparativa da evolução dos resultados para as unidades Marcopolo Brasil.

Emissões Absolutas de GEE - Escopo 1 e 2 (ton CO₂e)



No período analisado, de 2019 a 2025, de uma maneira geral, observa-se uma redução relevante das emissões absolutas de GEE (Escopos 1 e 2) em comparação ao ano-base, especialmente até 2023, seguida por oscilações nos anos mais recentes, associadas principalmente à dinâmica operacional e ao nível de atividade das unidades.

As emissões consolidadas refletem tanto ações estruturais de eficiência energética e gestão de combustíveis, quanto efeitos conjunturais relacionados a variações de produção e reorganização de processos produtivos.



Água e Efluentes

Nas unidades brasileiras de Caxias do Sul (RS), o abastecimento de água é realizado pela concessionária local. Na Unidade Ana Rech, parte da água utilizada nos processos industriais é proveniente de dois poços artesianos devidamente regularizados junto ao Departamento de Recursos Hídricos (DRH). Já na Unidade São Mateus (ES), todo o suprimento hídrico é obtido exclusivamente por meio de poço artesiano. Nas unidades internacionais, o fornecimento de água é realizado pelas concessionárias locais de cada região. A tabela a seguir mostra a origem da água consumida em 2025:

VOLUME TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE (em Megalitros)	ÁGUAS SUBTERRÂNEAS	ÁGUAS DE TERCEIROS
Brasil	153	134
Exterior	6	37
TOTAL DE ÁGUA RETIRADA	330	

Em 2025, o consumo de água total das unidades da Marcopolo foi de 330 Megalitros, conforme mostrado na tabela anterior. A empresa trata todos os efluentes gerados. O volume de água descartada nas unidades brasileiras foi de 129 Megalitros. Nas unidades onde não existe sistema interno de tratamento, os efluentes são encaminhados para tratamento externo ou atendendo parâmetros de legislações locais.

A Marcopolo avança continuamente na adoção de práticas de consumo consciente de água, tanto em seus processos produtivos quanto na tecnologia embarcada em seus veículos.

Nas unidades fabris, destacam-se sistemas de recirculação e reuso nos testes de estanqueidade, cabines de pintura e linhas de tratamento superficial, além do projeto de reuso total em implantação na Unidade São Mateus (ES), que permitirá o aproveitamento integral do efluente tratado. Essas iniciativas reduzem a necessidade de captação de água potável, diminuem a geração de efluentes e elevam a eficiência operacional.

Nos veículos, a empresa incorpora soluções inovadoras que aproveitam a água proveniente da condensação do ar-condicionado para abastecimento do esguicho do para-brisa e dos sistemas sanitários, reduzindo o consumo hídrico durante a operação. Com esses avanços, a Marcopolo reforça seu compromisso com a sustentabilidade hídrica, a inovação e a gestão eficiente dos recursos naturais.





Materiais e Resíduos: Processo Produtivo

A fabricação de carrocerias de ônibus envolve o uso de mais de nove mil itens produzidos a partir de diversas matérias-primas, incluindo ligas metálicas, plásticos nobres, revestimentos têxteis, fórmicas, laminados de fibra de vidro, madeira, vidro, borracha, espumas, componentes eletroeletrônicos, tintas, solventes e adesivos. O elevado nível de personalização das carrocerias, característica fundamental do modelo de negócio da Marcopolo, impacta diretamente a padronização dos processos e resulta em níveis significativos de perdas de materiais ao longo da produção.

Nas unidades de Caxias do Sul, os resíduos sólidos são inicialmente armazenados em Centrais de Resíduos e posteriormente encaminhados à Unidade de Processamento de Resíduos (UPR), responsável pela gestão contínua e integrada de resíduos industriais. A UPR é um posto destaque na operação por priorizar a redução da destinação em aterro, agregar valor aos materiais, otimizar a triagem, identificar desperdícios e fomentar o reuso e a reciclagem. Além disso, desde a internalização da UPR na unidade Ana Rech em 2023, houve também uma otimização na logística de transportes destes resíduos, culminando consequentemente em reduções das emissões atmosféricas envolvidas neste processo.

Em 2025, nas plantas produtivas no Brasil, observa-se, em comparação com 2024, uma redução superior a 9% na quantidade de resíduos encaminhados para aterro. Nas plantas de Caxias do Sul (RS), onde existe o processo de UPR, foi observada uma redução superior à 25%. Essas ações ampliam o valor agregado dos resíduos, fortalecem a reciclagem e mitigam riscos ambientais.

Os resíduos perigosos seguem destinação ambientalmente adequada, incluindo coprocessamento em fornos de clínquer da indústria cimenteira, processos específicos de descontaminação ou reciclagem, quando tecnicamente viável.

Nas unidades internacionais, são utilizadas as soluções tecnológicas disponíveis em cada país, priorizando, sempre que possível e economicamente viável, alternativas como reciclagem, reaproveitamento térmico ou destruição total, evitando a disposição em aterros.



Equipe da Central de Resíduos Unidade Ana Rech

PERCENTUAL DE RESÍDUOS DESTINADOS		
TIPO DE DESTINAÇÃO	BRASIL	EXTERIOR
Reciclagem externa	66,9%	50,2%
Coprocessamento	11,0%	2,1%
Aterro	9,3%	26,9%
Descontaminação	1,7%	0,1%
Compostagem	0,3%	0,0%
Reciclagem para uso interno	0,8%	0,0%
Incineração	0,0%	3,0%
Reaproveitamento energético	9,2%	0,0%
Outros	0,9%	0,0%



Reuso e Reciclagem

Em 2025, a empresa atingiu um resultado de 89% de conformidade na coleta seletiva, superando a meta estipulada de 85% de conformidade. Essa meta é acompanhada mensalmente, incentivando os colaboradores a segregarem corretamente os resíduos na origem, de forma a maximizar o aproveitamento dos materiais e a reciclagem.



Semana do Meio Ambiente em Caxias do Sul



Celebração do Dia Mundial do Meio Ambiente na Marcopolo México

No Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado em 05 de junho, a Marcopolo promoveu ações de orientação e engajamento voltadas ao ciclo completo dos resíduos gerados pela empresa, desde sua origem até a destinação final ambientalmente adequada. A iniciativa reforçou que a correta segregação é um compromisso coletivo e essencial para garantir a eficiência dos processos. A campanha destacou que cada resíduo possui um impacto e um destino específico, e que atitudes simples no dia a dia — como separar corretamente na fonte — contribuem para reduzir desperdícios, valorizar materiais e proteger o meio ambiente. Na Marcopolo, cada ação individual fortalece o desempenho ambiental da empresa e apoia a construção de um caminho cada vez mais sustentável.



Ciclo de Vida

A Marcopolo vem desenvolvendo iniciativas de economia circular, que já demonstram impactos positivos na operação, no relacionamento com clientes e na proteção ambiental. Como exemplos de ações implementadas, destacamos: o reaproveitamento interno de solventes de limpeza por meio de processos de destilação; a utilização de resíduos de limalha de alumínio para a fabricação de moldes; resíduos de perfis de alumínio são encaminhados para reprocessamento no fornecedor e retornam para nova utilização no processo produtivo. Além disso, algumas embalagens de produtos químicos e resíduos de madeira também são reintroduzidos no ciclo produtivo, reduzindo a demanda por novos materiais e estimulando a reutilização.

Em relação ao gerenciamento dos resíduos, um dos grandes diferenciais é a Unidade de Processamento de Resíduos (UPR), que possui processos de controle, triagem, descaracterização e compactação de resíduos industriais. Com mais de 60 tipos de materiais segregados desde a origem, a UPR garante o melhor aproveitamento possível dos resíduos gerados, ampliando as taxas de reciclagem e reduzindo significativamente a destinação para aterros.

Essas iniciativas reforçam a eficiência operacional da empresa ao reduzir custos, otimizar processos e agregar valor aos materiais. Para os clientes, representam maior segurança, transparência e alinhamento às práticas de sustentabilidade. Para o meio ambiente, significam menor extração de recursos naturais, redução da geração de resíduos e mitigação de riscos de passivos ambientais. Ao integrar inovação, responsabilidade ambiental e gestão eficiente, a Marcopolo fortalece sua posição como destaque em sustentabilidade industrial e avança de forma consistente na transição para um modelo de produção mais circular, inteligente e comprometido com o futuro.

A Marcopolo mantém atuação contínua na busca por soluções que reduzam desperdícios, ampliem a reciclagem e promovam maior eficiência em seus processos produtivos. Essa abordagem integra o compromisso da empresa com a gestão responsável de resíduos e a melhoria contínua de seu desempenho ambiental. Os resultados referentes à destinação final das sobras de materiais do processo produtivo ao longo de 2025 são apresentados a seguir:

DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS GERADOS (Toneladas)		
RESÍDUOS PERIGOSOS	BRASIL	EXTERIOR
Reciclagem externa	674	1.282
Reciclagem interna	91	0
Coprocessamento	905	116
Descontaminação	502	5
Incineração	0	18
Autoclave	1	0
Aterro	564	53
Estação de tratamento	748	0
Confinamento	0	15
TOTAL	3.485	1.489
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	BRASIL	EXTERIOR
Reciclagem externa	19.056	2.602
Reciclagem interna	147	0
Coprocessamento	2.332	0
Compostagem	97	0
Aterro	2.147	55.864
Tratamento biológico	139	0
Logística inversa com alumínio	0	23
Reaproveitamento energético	2.711	0
TOTAL	26.628	58.489

ÍNDICE DE CONTEÚDOS GRI*



GRI	DESCRIÇÃO	PÁGINA OU INFORMAÇÃO
2-1	Informações sobre a Organização: nome, produtos, marcas, operações, mercados	Marcopolo S.A., 9 a 12
2-2	Entidades incluídas no relatório de sustentabilidade	9 a 12
2-3	Período e frequência do relatório de sustentabilidade e informações de contato	Anual, 4, 64
2-6	Atividades, cadeia de valor, relacionamento com partes interessadas	9 a 12, 45 a 53
2-7	Empregados: perfil e outras informações	35 a 44
2-9	Governança: estrutura e composição	13 e 14
2-10	Governança: nomeação e seleção do mais alto órgão	13 e 14
2-11	Governança: presidente do mais alto órgão	13 e 14
2-12	Governança: papel do mais alto órgão na supervisão da gestão de impactos	13 e 14
2-13	Governança: delegação de responsabilidade na gestao de impactos	13 a 15
2-14	Governança: papel do mais alto órgão nos relatórios de sustentabilidade	4 a 6
2-15	Governança: conflitos de interesse	15 e 16, 20 e 21
2-17	Governança: conhecimento coletivo do mais alto órgão	13 e 14
2-19	Governança: políticas de remuneração	15
2-20	Governança: processo para definição de políticas de remuneração	15
2-22	Declaração sobre estratégias de desenvolvimento sustentável	4 a 6
2-23	Políticas e compromissos: Propósito, Visão, Valores, Gestão Integrada do Negócio, Política de Direitos Humanos	8, 19, 42
2-26	Mecanismos para buscar orientação e levantar preocupações	20 e 21
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	20 e 21
2-28	Participação em associações de classe	53
2-29	Engajamento das partes interessadas	4 e 5
2-30	Acordos de negociação coletiva	42
3-1	Processo para determinar os tópicos materiais	4 e 5
3-2	Lista de tópicos materiais	4 e 5
3-3	Gestão dos tópicos materiais	4 e 5
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	30
204-1	Proporção de gastos de fornecedores locais	48
205-2	Comunicação e treinamentos em política e procedimentos de combate à corrupção	20 e 21
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não houve casos confirmados de corrupção
302-1	Consumo de energia da organização	57

GRI	DESCRIÇÃO	PÁGINA OU INFORMAÇÃO
302-3	Intensidade energética	57
303-1	Interações com a água como recurso compartilhado	59
303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	59
303-3	Discriminação da retirada total de água por tipo de fonte, inclusive de áreas sob estresse hídrico	59
303-4	Discriminação do descarte total de água por tipo de fonte, inclusive de áreas sob estresse hídrico	59
303-5	Consumo total de água	59
305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE)	58
305-2	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	58
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	58
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	60 a 62
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	60 a 62
306-3	Resíduos gerados	60 a 62
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	60 a 62
306-5	Resíduos destinados para disposição final	60 a 62
307-1	Valor monetário de multas significativas e numero total de sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e/ou regulamentos ambientais	Não recebeu qualquer multa resultante de não conformidade com leis ou regulamentos ambientais
401-2	Benefícios oferecidos aos empregados em tempo integral	40
401-3	Licença maternidade/paternidade	40
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança ocupacionais implementados	42 a 44
403-2	Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	42 a 44
403-4	Participação, consulta e comunicação dos trabalhadores em saúde e segurança ocupacionais	42 a 44
403-5	Treinamento de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	42 a 44
403-6	Promoção da saúde dos trabalhadores	42 a 44
403-8	Trabalhadores cobertos pelo sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional	42 a 44
404-1	Média de horas de treinamentos por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	41
405-1	Diversidade e equidade	37
418-1	Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e a perda de dados de cliente	Não recebeu qualquer multa resultante de não conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil ou equivalentes do exterior

*Este relatório teve como base os padrões GRI 2016, 2020 e 2021.



CRÉDITOS

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS MARCOPOLO 2025

PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

James Bellini

DIRETOR PRESIDENTE (CEO)

André Vidal Armaganijan

REALIZAÇÃO

Comitê de Sustentabilidade
Central de Normas
Departamento de Comunicação e Engajamento
Departamento de Marketing
Departamento de Meio Ambiente
Departamento de Relações com Investidores

PROJETO GRÁFICO

Cyclop Comunicação Estratégica

TRADUÇÃO/REVISÃO

Brazil Translations / Central de Traduções / Growth

FOTOGRAFIA

Arquivos: Comunicação e Engajamento, Marketing, Fundação Marcopolo, Marcopolo África do Sul, Marcopolo Argentina, Marcopolo Austrália, Marcopolo China, Marcopolo México e Marcopolo Colômbia.
DC Multimídia

CONTATO

Marcopolo S.A.
Av. Rio Branco, 4889 – Bairro Ana Rech – 95.060-145 – Caxias do Sul – RS
Telefone: +55 (54) 2101-4000
Canal Aberto: www.marcopolo.com.br
Relações com Investidores: ri@marcopolo.com.br

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos os colaboradores que contribuíram para a elaboração deste relatório.

Esta publicação é de responsabilidade da Marcopolo S.A.

Junho de 2026

