

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2025



marcopolo.com.br

 **Marcopolo**

ÍNDICE



01 SOBRE EL INFORME

- 05 Materialidad y Compromiso de las Partes Interesadas
- 06 Mensaje de la Alta Administración

02 GOBERNANZA

- 08 Sobre Marcopolo
- 09 Mercados y Negocios
- 11 Unidades Brasileñas
- 12 Unidades en el Exterior
- 13 Gobernanza
- 13 Composición Accionaria
- 14 Estructura Societaria
- 14 Estructura Organizativa
- 15 Remuneración de los Administradores
- 15 Gestión de Riesgos
- 15 Estrategia
- 15 Alineación con Unidades del Exterior
- 16 Participación en la COP30 y C.A.S.E
- 17 Innovación
- 18 Marcopolo Next
- 19 Marcopolo Motorhome
- 19 Gestión Integrada del Negocio
- 20 Ética y Compliance
- 20 Código de Conducta
- 20 Compliance
- 21 Canales de Escucha
- 21 Política de Privacidad de Datos Personales

03 DESEMPEÑO FINANCIERO

- 23 Desempeño del Sector de Autobuses en Brasil
- 24 Desempeño de Marcopolo
- 25 Unidades Registradas en Ingresos Netos
- 25 Producción
- 26 Participación de Mercado
- 27 Ingreso Neto Consolidado
- 27 Resultado Bruto y Márgenes
- 28 Gastos con Venta
- 28 Gastos Generales y Administrativos
- 28 Otros Ingresos/Gastos Operativos
- 28 Resultado de la Equivalencia Patrimonial
- 28 Resultado Financiero Neto
- 29 EBITDA
- 29 Beneficio Neto
- 29 Endeudamiento Financiero
- 30 Generación de Efectivo
- 30 Generación de Valor
- 31 Desempeño de Controladas y Coligadas
- 32 Auditores Independientes
- 33 Mercado de Capitales
- 33 Capital Social
- 33 Desempeño de las Acciones de Marcopolo en B3
- 34 Dividendos/Intereses sobre el Capital Propio
- 34 Inversiones/Inmovilizaciones
- 34 Hechos relevantes y Comunicados al Mercado

04 GESTIÓN DE PERSONAS

- 36 Conociendo al Equipo Marcopolo
- 37 Diversidad y Inclusión
- 38 Relación con los Colaboradores
- 39 Satisfacción de los Colaboradores
- 40 Beneficios para los Colaboradores y sus Familias
- 41 Capacitación de Colaboradores
- 42 Derechos Humanos y Relaciones laborales
- 42 Sistema de Gestión de Seguridad y Salud

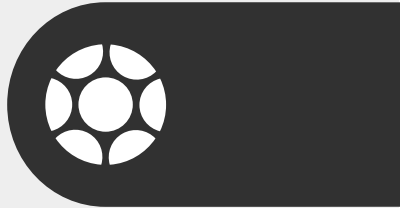
05 RELACIÓN CON PARTES INTERESADAS

- 46 Visión General
- 47 Relación con Clientes
- 47 Relación con Inversionistas
- 48 Relación con Proveedores
- 48 Relación con Comunidades
- 49 Fundación Marcopolo
- 52 Premios y Reconocimientos
- 53 Participación en Asociaciones

06 GESTIÓN AMBIENTAL

- 55 Visión General
- 56 Inversiones en Gestión Ambiental
- 57 Energía
- 58 Emisiones
- 59 Agua y Efluentes
- 60 Materiales y Residuos: Proceso de producción
- 61 Reutilización y Reciclaje
- 62 Ciclo de Vida

- 63 ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI
- 64 CRÉDITOS



O1 SOBRE EL INFORME

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



Sobre el Informe

Presentamos el Informe de Sostenibilidad de las empresas de Marcopolo para el año 2025.

Marcopolo expresa su compromiso con la sostenibilidad en su visión de negocios: “Ser protagonista en soluciones de movilidad de forma sostenible”. Este compromiso está incrustado en sus Valores, estrategias corporativas y la forma en que la empresa se relaciona con la comunidad, con un enfoque en el desarrollo social.

Las prácticas de sostenibilidad de Marcopolo están estructuradas de manera integrada e interrelacionada en aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).

Este informe presenta información para el año 2025, que abarca las unidades controladas de Marcopolo en Brasil y en el extranjero. Su elaboración se basa en las directrices de la **Global Reporting Initiative (GRI Standards 2021/2023)** y del **International Integrated Reporting Council (IIRC)**, establecido por el **IASB (International Accounting Standards Board)**. Se consolida la información financiera presentada.



Materialidad y Compromiso de las Partes Interesadas

La última encuesta de materialidad realizada por Marcopolo tuvo lugar a finales de 2023 e involucró a representantes de las partes interesadas en los siete países donde la compañía tiene unidades industriales. El proceso consideró los temas más relevantes en los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), de acuerdo con las actividades y la estrategia de la compañía.

Las audiencias consultadas incluyeron proveedores, prestadores de servicios, representantes de ventas, distribuidores, clientes, prensa, asociaciones de clase, instituciones gubernamentales, socios en proyectos sociales, innovación e investigación y desarrollo, inversores, instituciones financieras, colaboradores, gestores y miembros del Consejo de Administración de Marcopolo.

Los temas evaluados en el proceso de materialidad fueron los siguientes:

Ambiental

- 01 Uso de materiales reciclables
- 02 Reducción del consumo de energía
- 03 Reducción del consumo de agua
- 04 Destino adecuado de efluentes y residuos
- 05 Desarrollo de productos no perjudiciales al medio ambiente
- 06 Combate al calentamiento global

Governanza

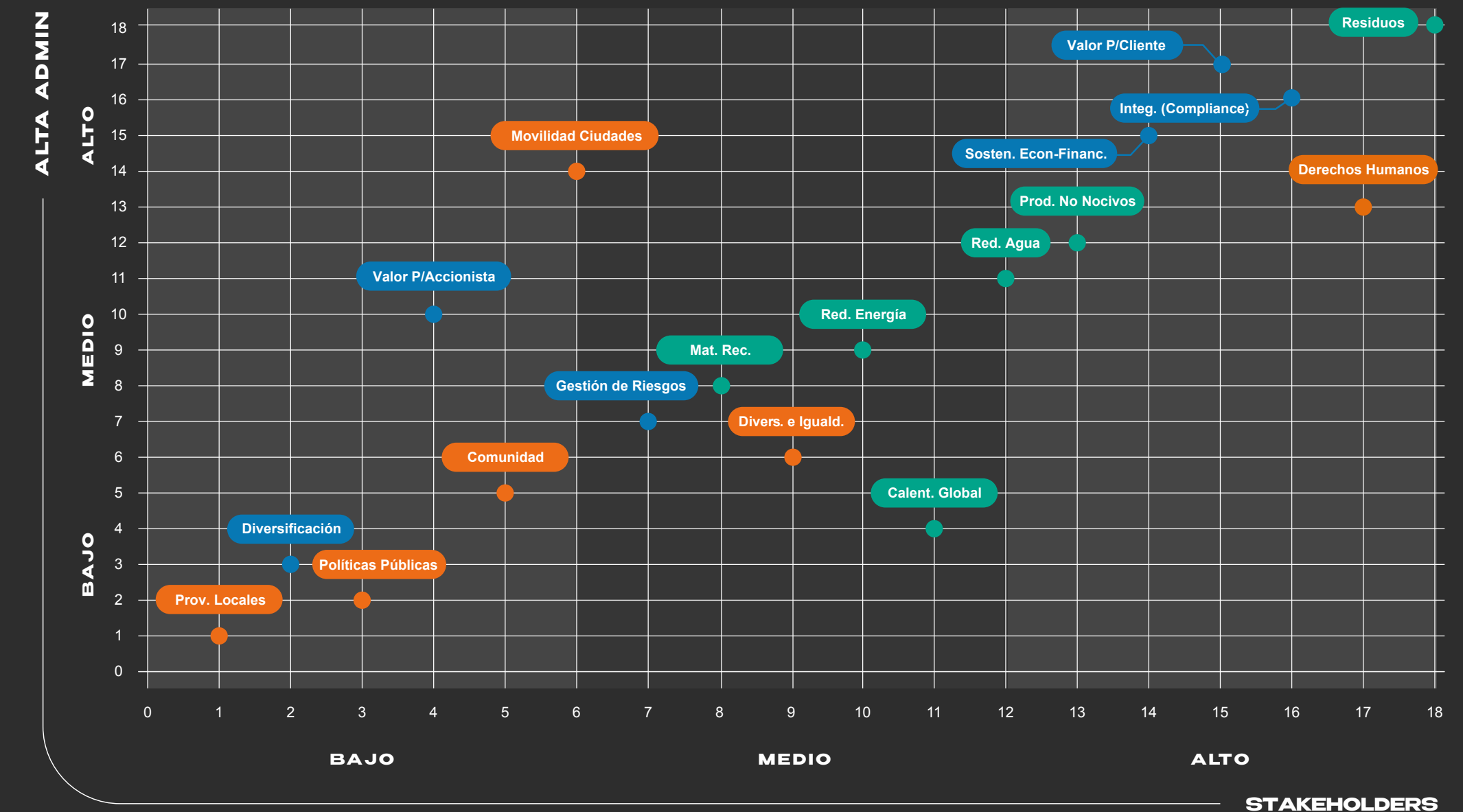
- 07 Sostenibilidad económico-financiera
- 08 Generación de valor para el accionista
- 09 Generación de valor para el cliente
- 10 Gestión de riesgos al negocio
- 11 Diversificación de los negocios
- 12 Cumplir con las reglas de integridad (*Compliance*)

Social

- 13** Inversión en las comunidades locales (acciones centradas en la educación, la salud y la recreación)
- 14** Garantía de los derechos humanos a los colaboradores
- 15** Contratación de proveedores locales
- 16** Diversidad e igualdad de oportunidades de trabajo
- 17** Promover el desarrollo de la movilidad en las ciudades
- 18** Participación en la definición de políticas públicas para el bienestar de la población

Los temas de mayor interés, señalados por los interesados, son tratados en el presente informe, siendo:

- Destino correcto de residuos
- Garantía de los derechos humanos
- Cumplimiento de las reglas de integridad (*Compliance*)
- Generación de valor para el cliente
- Sostenibilidad económica y financiera





Mensaje de la Alta Administración

El año 2025 comenzó a un ritmo lento de entregas, afectado por el retorno de la estacionalidad histórica en el mercado de autobuses. A partir de abril, tuvimos un crecimiento en los volúmenes, con énfasis en las exportaciones y las operaciones internacionales, especialmente debido a la recuperación de Argentina y la expansión de los resultados en Australia.

El segmento microbus logró un crecimiento significativo, con el aumento de las entregas al programa federal *Caminho da Escola*, que había presentado compras menos sustanciales de este modelo en 2024. El segmento de Volare experimentó lo contrario, con volúmenes que cayeron debido a un menor número de entregas a *Caminho da Escola* en comparación con 2024, cuando avanzó más rápido en las ventas al programa.

A lo largo del año, impulsamos lanzamientos relevantes con impacto positivo, como los autobuses interurbanos de Generación 8 en Australia, el Audace 1050 en el continente africano y el Volare Fly 10 en gas o biometano para el escenario nacional.

Entre mayo y junio, realizamos la segunda edición de la encuesta de clima global, realizada por la Consultoría de *Great Place to Work*. El promedio

global de favorabilidad fue del 71%, mientras que las unidades brasileñas alcanzaron el 72%, con una tasa de adhesión del 78% entre todos los países participantes. Las unidades en Argentina, Brasil, China y Colombia obtuvieron la certificación como un excelente lugar para trabajar. Los resultados de la encuesta sirvieron de base para los planes de acción en cada una de las unidades participantes, cuya evolución se monitorea mensualmente. La próxima encuesta se llevará a cabo en el segundo trimestre de 2026.

A principios de diciembre realizamos la *Marcopolo Global Management Conference* (MGMC), que reúne a directivos de unidades controladas del exterior para planificar objetivos de negocio para el próximo año según la estrategia de la compañía y compartir buenas prácticas entre áreas.

También celebramos el tradicional Encuentro Marcado, una reunión con todos los colaboradores de las unidades brasileñas para cerrar el año y alinear expectativas, llevada a cabo por el presidente del Consejo de Administración y el presidente (CEO) de la empresa.

Así, el crecimiento en los resultados del conjunto de operaciones internacionales, sumado al buen desempeño de las operaciones brasileñas, incluso con

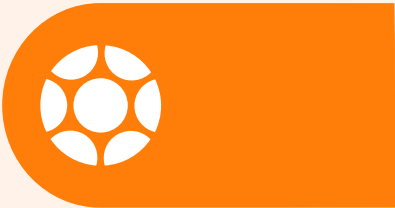
un mix de productos más ligero, permitió a Marcopolo lograr resultados récord en 2025, luego de cuatro años de evolución.

El excelente desempeño de Marcopolo en los últimos años es el resultado de su equipo, que trabaja enfocado en su propósito de acercar a las personas, teniendo como impulsores sus comportamientos ganadores, que son la transparencia, la confianza, el compromiso, el sentido de pertenencia y la colaboración.

André Vidal Armaganijan
Presidente (CEO) de Marcopolo

James Bellini
Presidente del Consejo de Administración de Marcopolo





02 GOBERNANZA

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 Marcopolo

Marcopolo S.A. es una corporación multinacional brasileña, en forma de una sociedad que cotiza en bolsa, fundada el 6 de agosto de 1949, en la ciudad de Caxias do Sul, con el propósito principal de fabricar y vender autobuses, carrocerías y componentes de autobuses.

Nuestro Propósito



Aproximar Personas

Nuestra Visión



Ser protagonista en soluciones de movilidad de forma sostenible

Nuestros Valores



RESPECTO Y VALORIZACIÓN DE LAS PERSONAS

Creemos que lo más importante son las personas involucradas y comprometidas.



ÉTICA E INTEGRIDAD

Nuestras acciones son el reflejo de nuestras palabras.



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Los clientes satisfechos son nuestra razón de existir.



SOSTENIBILIDAD

Mantenemos la empresa sólida, pensando en el futuro.



HACER NUESTRO TRABAJO CON EXCELENCIA

Hacerlo realidad con excelencia es lo que nos diferencia.



TRABAJO EN EQUIPO

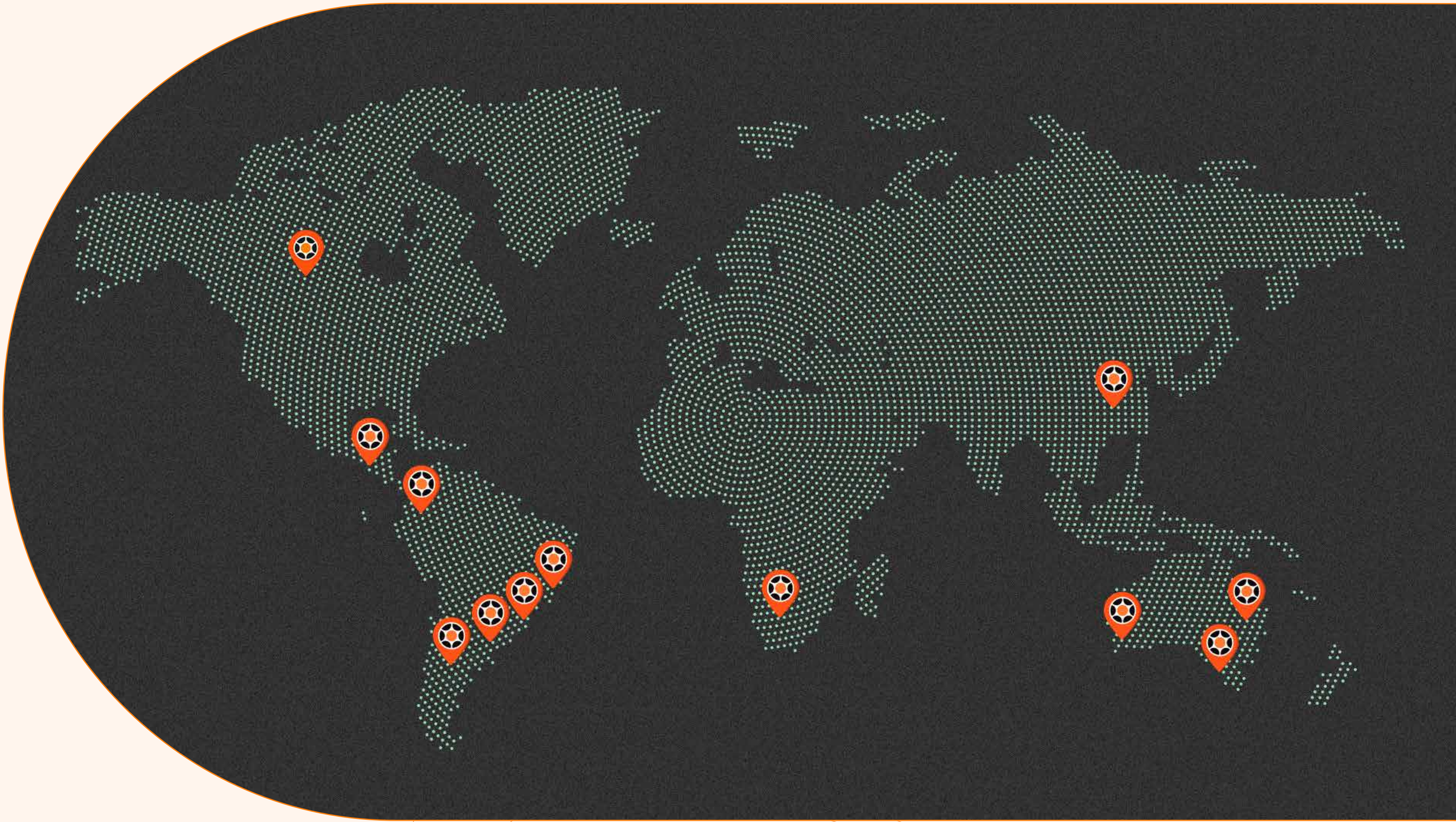
Juntos hacemos mucho más.



Negocios y Mercados

Actualmente, Marcopolo es líder en el mercado brasileño y un referente mundial en la fabricación de soluciones para la movilidad. Sus productos están presentes en más de 140 países, ya sea a través de operaciones locales o de exportación, atendiendo a los segmentos de autobuses interurbanos, autobuses urbanos, microbuses y soluciones ferroviarias.

La compañía opera a través de una amplia casa de marcas que refuerza su presencia en toda la cadena de movilidad, abarcando productos, servicios e iniciativas sociales.





Productos en Movilidad



Soluciones y Servicios para el Mercado de la Movilidad



Iniciativas Sociales



Productos en Movilidad

La cartera reúne a las marcas Marcopolo, Volare, Neobus, Marcopolo Rail y Marcopolo Motorhome, que satisfacen diferentes necesidades de transporte de pasajeros, incluidos vehículos interurbanos, vehículos urbanos, microbuses, soluciones ferroviarias y motorhomes. Estos productos incorporan varias tecnologías de propulsión (como eléctrica, híbrida, etanol, GNC/ biometano y hidrógeno) reforzando el compromiso de la compañía con la innovación, la eficiencia energética y la descarbonización.

Soluciones y Servicios para el Mercado de la Movilidad

El trabajo de Marcopolo se extiende a apoyar el ciclo de vida de los vehículos y el desarrollo de servicios especializados. Entre las marcas que forman este pilar se encuentran Banco Moneo, Marcopolo Parts, Marcopolo Collection, TecnoPolo, Marcopolo Next y Apolo, cubriendo servicios financieros, piezas genuinas, productos licenciados, modernización de equipos, tecnologías conectadas y soporte técnico, ampliando la competitividad y confiabilidad entregada a los clientes.

Iniciativas Sociales

La dimensión social de la empresa se materializa a través de la Fundación Marcopolo y Memoria Marcopolo, que promueven la educación, el desarrollo humano, la cultura y la preservación de la historia institucional. Estas iniciativas refuerzan el compromiso con la comunidad y la apreciación de su trayectoria empresarial.



Unidades Brasileñas



Unidad Ana Rech

La sede de Marcopolo es la Unidad Ana Rech, ubicada en Caxias do Sul (RS). Esta unidad produce una línea completa de modelos Interurbanos y Urbanos, dirigidos a diversas aplicaciones en el mercado brasileño y para exportación, además de productos de Marcopolo Rail y chasis. En esta unidad también se ubican las áreas administrativas, comerciales, de ingeniería y el Centro de Capacitación.

Banco Moneo

Fue creada en 2005 para permitir la adquisición de productos Marcopolo de forma rápida, eficiente y competitiva.



Marcopolo Rail

Marcopolo Rail es una unidad especializada en el desarrollo y producción de modos ferroviarios, tanto para el mercado brasileño como para la exportación, cumpliendo con el alto estándar de normas internacionales en el segmento ferroviario.



Unidad São Cristóvão

Esta unidad también se encuentra en el barrio Ana Rech, en Caxias do Sul (RS). La unidad produce modelos Volare, urbanos y microbuses de las marcas Marcopolo y Neobus.



Marcopolo São Mateus

La unidad ubicada en São Mateus (ES) tiene una estructura moderna con capacidad para la producción de piezas y componentes, autobuses urbanos, modelos de la marca Volare y el Attivi eléctrico.



Apolo

Apolo se encuentra en Farroupilha (RS). Se especializa en la producción de piezas poliméricas y de alta tecnología y se centra en la demanda del mercado de piezas de plástico y productos con grafeno, reemplazando artículos hechos de acero.

Unidades en el Exterior



Marcopolo Sudáfrica (MASA)

La línea de productos de la unidad está compuesta por Andare 1000 y Torino para atender a aplicaciones rurales, urbanas e interurbanas.



Marcopolo Argentina (METALSUR)

La unidad es la única empresa en el país que produce todos los modelos de carrocería, desde modelos urbanos hasta Double Decker.



Marcopolo Australia (VOLGREN)

Volgren opera tres unidades industriales y es responsable de la producción de más de 600 autobuses por año. La empresa destaca en el mercado australiano como referente en carrocerías ligeras y de alta durabilidad, atendiendo principalmente a los segmentos urbano y BRT y contribuyendo a la expansión de soluciones de movilidad sostenible en el país.



Marcopolo China (MAC)

Marcopolo China (MAC) opera en las áreas de suministro, fabricación de piezas y componentes, además de la producción de carrocerías completas de autobuses y modelos PKD para exportación. La unidad no vende productos en el mercado chino, concentrando sus operaciones en exportaciones a países de Asia, África y Oceanía.



Marcopolo Colombia (SUPERPOLO)

Superpolo es líder en el mercado colombiano en el diseño de carrocerías personalizadas y soluciones integrales para el transporte de pasajeros en los segmentos interurbano, colectivo, urbano, escolar, así como unidades dedicadas a servicios especiales.



Marcopolo México (POLOMEX)

Es una empresa dedicada a la fabricación de carrocerías y piezas de repuesto de autobuses. La producción de Marcopolo México se destina al mercado nacional para los sectores urbano, suburbano y turístico. También produce los modelos Grand, destinados al mercado estadounidense.



NFI Group Inc. (Canadá)

Empresa canadiense en la que Marcopolo tiene una participación del 8,1%. Es el principal fabricante de autobuses urbanos e interurbanos en Estados Unidos y Canadá, con operaciones industriales en Europa y líneas de montaje en Asia y Oceanía.

Gobernanza

Marcopolo busca adoptar las mejores prácticas de Gobernanza Corporativa, siguiendo los principios de transparencia, equidad, rendición de cuentas (*Accountability*) y responsabilidad corporativa y sus acciones han sido listadas en el Nivel 2 de Gobernanza Corporativa de B3 desde el año 2002. La Compañía está obligada al arbitraje en la Cámara de Arbitraje de Mercado, de acuerdo con la cláusula compromisoria contenida en sus Estatutos.

La gestión de Marcopolo se formaliza en base a la distinción entre las funciones y responsabilidades del Consejo de Administración y de la Dirección. El Consejo de Administración está compuesto por siete miembros, seis de los cuales son independientes, dos elegidos por accionistas minoritarios, uno por accionistas titulares de acciones preferentes y tres por accionistas controladores.

El presidente del Consejo de Administración no participa en la Dirección. Además, para asistir, asesorar y apoyar en la conducción de los negocios, el Consejo de Administración cuenta con los siguientes Comités: Auditoría y Riesgos; Recursos Humanos y Ética; Estrategia e Innovación; y *Compliance*. Las funciones de cada uno de estos Comités de apoyo se pueden encontrar en la página web de la Compañía (ri.marcopolo.com.br), en el menú Gobernanza Corporativa/Reglamento Interno de los Comités. La capacitación y el perfil profesional de cada uno de los miembros del Consejo de Administración están disponibles en el Formulario de Referencia de la Compañía, con especialistas en gestión financiera, de personas y sectorial, entre otros. Adicionalmente, el Consejo de Administración también promueve la diversidad y la complementariedad de competencias.

La Sociedad también tiene un Consejo Fiscal, compuesto por tres miembros, uno designado por accionistas minoritarios, uno por accionistas titulares de acciones preferentes y uno por accionistas controladores. Las atribuciones de cada órgano se definen en el Estatuto Social de la Compañía.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN	
MIEMBROS	FUNCIÓN
James Bellini	Presidente
Paulo Cezar da Silva Nunes	Vicepresidente
André Meurer Papaleo	Consejero
Dan Ioschpe	Consejero
Denise Casagrande da Rocha	Consejera
Henrique Bredda	Consejero
José Antônio Valiati	Consejero
Eduardo Frederico Willrich	Secretario



Sentados, de izquierda a derecha: Paulo Cezar da Silva Nunes, James Bellini y Denise Casagrande da Rocha

De pie, de izquierda a derecha: José Antônio Valiati, Henrique Bredda, Dan Ioschpe y André Meurer Papaleo

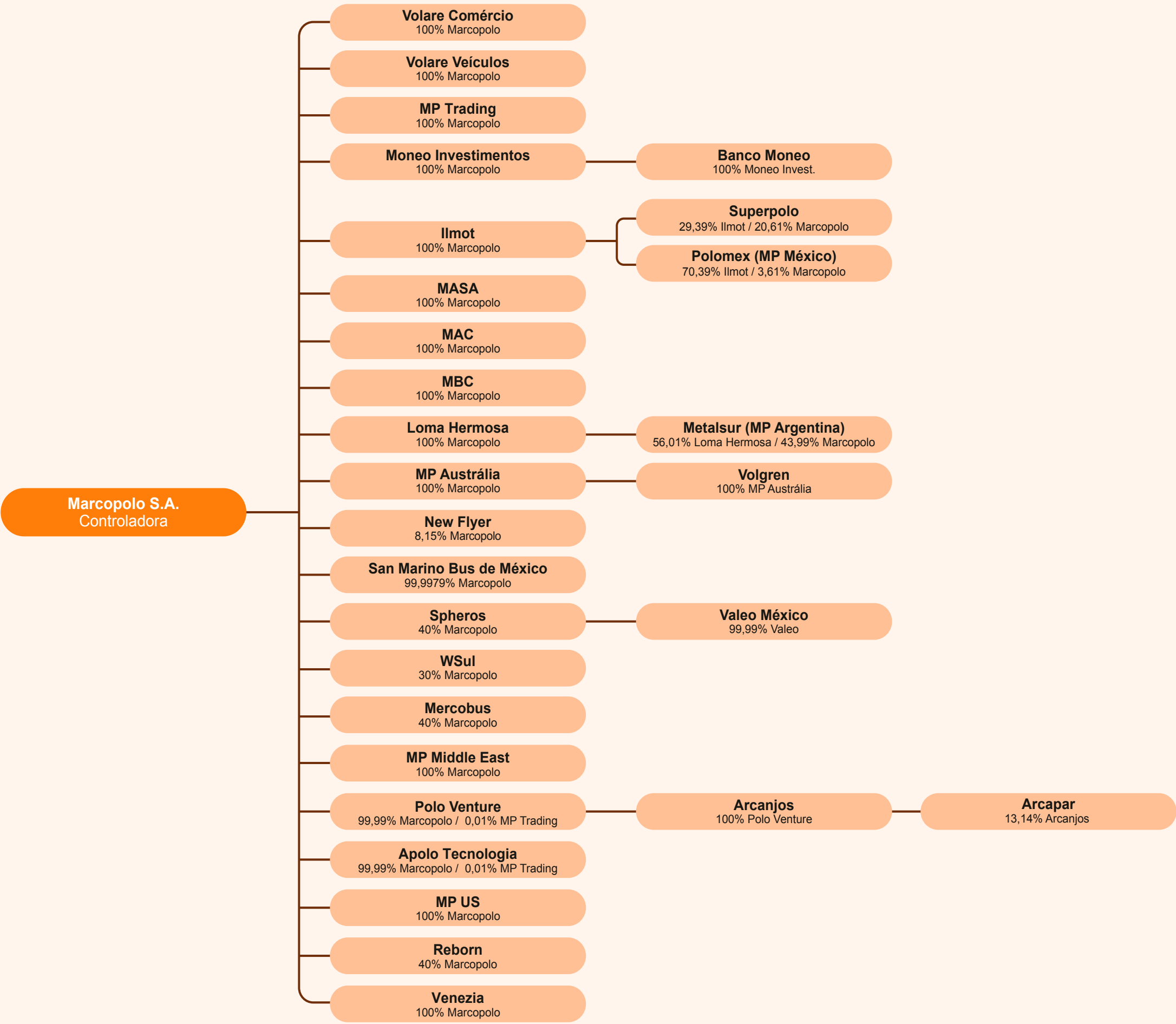
Composición Accionaria

Marcopolo S.A. tiene en su composición accionaria accionistas brasileños y extranjeros. En Brasil, la Compañía tiene operaciones industriales ubicadas en las ciudades de Caxias do Sul (RS), Farroupilha (RS) y São Mateus (ES). En el exterior, las unidades están ubicadas en Sudáfrica, Argentina, Australia, China, Colombia y México. La Compañía también tiene participación en otras empresas en Brasil y en el extranjero.

COMPOSICIÓN ACCIONARIA 2025	
Controlador	24,1%
Accionistas en el Exterior	29,5%
Accionistas en Brasil	46,4%



Estructura Societaria

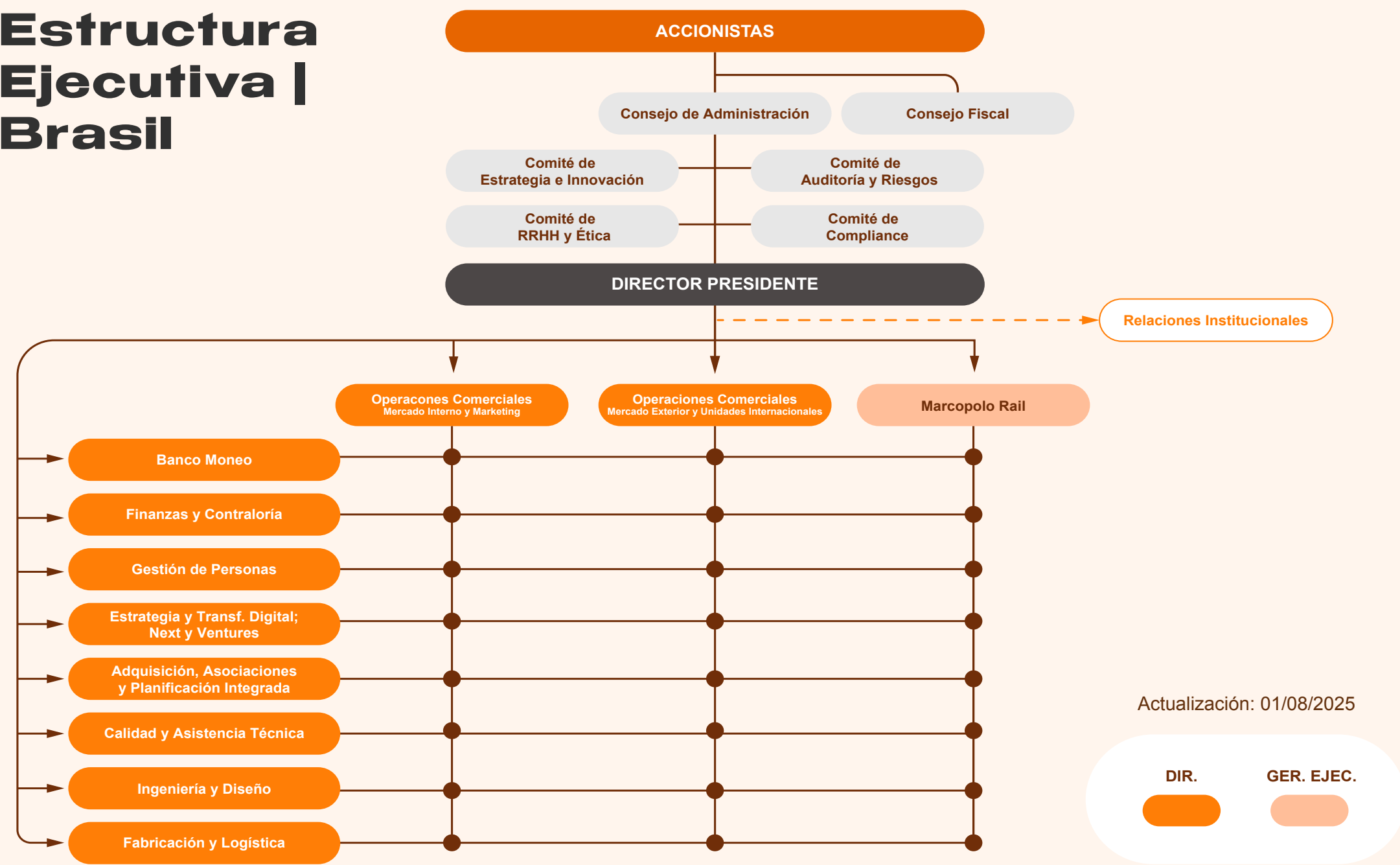


Estructura Organizativa

La estructura organizativa de Marcopolo tiene como objetivo contribuir a la generación de valor desde el desarrollo y ejecución de la estrategia, observando el respeto a sus Valores y en alineación con su Visión y Propósito.

Los principios rectores de la estructura organizativa de la empresa son: apoyo a la estrategia de crecimiento; satisfacer las necesidades de flexibilidad, agilidad y competitividad; estructura sencilla y competitiva en costos; definición clara de responsabilidades y gestión por resultados; visión de los procesos como vía de integración y alineación; y proximidad al cliente y excelencia operativa.

Estructura Ejecutiva | Brasil



Actualización: 01/08/2025



Remuneración de los Administradores

Las prácticas y políticas de remuneración de los altos directivos son aprobadas por el Consejo de Administración, con el objetivo de atraer, involucrar y reconocer a profesionales alineados con las competencias y Valores definidos por Marcopolo, con el objetivo de cumplir con las expectativas de los accionistas y lograr resultados superiores en el corto, mediano y largo plazo.

El paquete de remuneración de los directivos se evalúa anualmente en base a encuestas salariales y buenas prácticas de mercado, estando compuesto por remuneración fija, remuneración variable de corto y de largo plazo y beneficios.

Gestión de Riesgos

La gestión de riesgos adoptada en Marcopolo es global, considerando todas las unidades en Brasil y en el extranjero. La metodología utilizada se basa en el modelo COSO – ERM, adaptado a las características del ambiente de negocios. Con esto, la compañía busca identificar, mapear y gestionar los riesgos de negocio, con el fin de reducir las fallas, pérdidas e incertidumbres, centrando los esfuerzos en la planificación continua, el control y la optimización de los procesos.

Los riesgos se asignan a través de aspectos estratégicos, operativos, financieros, cibernéticos y regulatorios. La gestión de estos riesgos genera beneficios para la estrategia, contribuyendo a la cultura y la planificación; para la gobernanza, protegiendo la imagen y la reputación, y abordando los problemas corporativos; y para la gestión, ayudando a la toma de decisiones, priorizando las inversiones y aumentando la eficiencia operativa.

Estrategia

Marcopolo revisa periódicamente su planificación estratégica, considerando la volatilidad y dinámica de los negocios. La empresa considera cinco pilares de negocio, que se despliegan en iniciativas para lograr en el corto, mediano y largo plazo. Se dan a conocer dos visiones de la ejecución de la estrategia.

La visión a corto plazo es el plan anual, que contiene los principales objetivos financieros, compromisos, indicadores de rendimiento del negocio y factores críticos de éxito para que la empresa logre sus objetivos para el año. La visión a largo plazo, por otro lado, apunta a un horizonte de crecimiento de cinco a diez años, basado en los proyectos estratégicos de la organización. La planificación estratégica está respaldada por la cultura y los comportamientos ganadores de la empresa.

En el último trimestre de 2025, se llevó a cabo la revisión de la planificación, con miras al horizonte de negocios hasta 2030. Se espera que la divulgación de este nuevo plan a los colaboradores comience en el primer trimestre de 2026 e involucre material gráfico, publicación de artículos en la Revista ViaPolo e información periódica compartida en vehículos de comunicación interna.

Alineación con Unidades del Exterior

La empresa celebra una reunión anual con los gestores de las unidades en Brasil y en el extranjero, llamada *Marcopolo Global Management Conference* (MGMC). El objetivo es alinear las estrategias de la empresa y el posicionamiento de nuevos productos, discutir las mejoras en los procesos y promover el acercamiento entre las áreas. Además, se llevan a cabo reuniones de despliegue de planificación estratégica, que cubren objetivos anuales a corto plazo y objetivos a largo plazo.





Participación en la COP30 y C.A.S.E

Marcopolo participó en la 30ª Conferencia de las Partes de la Convención de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP30), celebrada entre el 10 y el 21 de noviembre de 2025, en Belém (PA), en un momento decisivo para Brasil en el liderazgo de la agenda climática internacional. Como líder nacional y referente mundial en el desarrollo de soluciones para la movilidad sostenible, la compañía llevó a la conferencia su visión estratégica para el futuro del sector, basada en la innovación industrial, la eficiencia energética, la inclusión social y el compromiso con el desarrollo sostenible. Durante el evento, Marcopolo reforzó su posición como protagonista al presentar tecnologías y soluciones orientadas a la descarbonización del transporte público.



Marcopolo también forma parte del *Climate Action Solutions & Engagement* (C.A.S.E), una coalición de empresas del sector privado brasileño articulada por Bradesco, Itaúsa, Itaú, Natura, Nestlé y Vale. Como parte de esta iniciativa, la empresa participó en los debates “Transporte Público y Descarbonización: Conectando Eficiencia, Integración e Impacto Climático” y “Biocombustibles en la Arquitectura Global de la Transición Energética”. En estas agendas, Marcopolo reforzó su rol como articulador de soluciones sostenibles y escalables, con potencial de replicación en diferentes contextos nacionales e internacionales. C.A.S.E. tiene como objetivo posicionar a Brasil como protagonista en la agenda climática global, destacando al sector privado como un agente estratégico para superar los desafíos relacionados con el clima, la naturaleza y las personas. El movimiento promueve diálogos calificados, articulación estratégica y la valorización de soluciones concretas ya en marcha en el país, con potencial de escala internacional.



Innovación

La innovación continua es parte integral de la estrategia de Marcopolo en su posicionamiento como protagonista en el desarrollo de soluciones de movilidad de forma sostenible. Esta dirección se refleja en la inversión permanente en investigación y desarrollo, con el lanzamiento de nuevas generaciones de productos en ciclos más cortos, así como en el desarrollo de soluciones completas de movilidad, que incluyen diferentes tecnologías de propulsión, productos versátiles y conceptos modularizados.

El área de Ingeniería de Desarrollo realiza investigaciones orientadas a identificar tendencias, nuevos materiales, electrónica embarcada, conceptos estructurales y tecnologías emergentes, como la Inteligencia Artificial (IA), a través de la participación en ferias de innovación, benchmarking, workshops y programas de capacitación continua. El proceso de investigación y desarrollo considera ofrecer alternativas sostenibles a los clientes, con un enfoque en la mitigación de los impactos ambientales. Esto incluye el uso de materiales reciclables, la adopción de procesos de fabricación con menores emisiones contaminantes, el desarrollo de productos más ligeros que contribuyan a la eficiencia del combustible y soluciones más eficientes energéticamente, como vehículos 100% eléctricos, híbridos y alimentados por biocombustibles.

La mejora continua forma parte de la rutina de todas las áreas de la empresa, abarcando productos, procesos, tecnología, mercado, relaciones con los clientes, diversificación de negocios, personas y organización.

La diversificación de negocios es una directriz estratégica de Marcopolo, materializada a través de iniciativas dirigidas a nuevos segmentos y el desarrollo de tecnologías complementarias al negocio principal, incluyendo soluciones en fabricación avanzada y tecnologías industriales, como la fabricación aditiva, además de iniciativas como Marcopolo Rail, Marcopolo Motorhome y otras empresas alineadas con la estrategia corporativa.

Cultura de Innovación

La promoción de la cultura de innovación se produce a través de iniciativas estructuradas de compromiso y capacitación en asociación con UniMarcopolo, con énfasis en la comunidad *MVP (Marcopolo Venture Partners)*. La comunidad está formada por colaboradores voluntarios de diferentes áreas y funciones, que actúan como protagonistas en proyectos de innovación, participan en desafíos estratégicos y contribuyen a la difusión de nuevas metodologías y prácticas dentro de la organización.

En los últimos ciclos, la comunidad MVP ha evolucionado de un enfoque exclusivo en el compromiso a un enfoque cada vez más centrado en la generación de resultados concretos, con una participación activa en la identificación de desafíos, la estructuración de hipótesis de solución y el apoyo a la ejecución de proyectos de innovación en asociación con áreas internas, clientes y startups.

Marcopolo Next, también realizó la *MVP Academy – Inmersión 360*, un programa de capacitación y colaboración desarrollado en asociación con el cliente Viação Ouro e Prata. El programa promovió una jornada de aprendizaje conjunto en innovación, operaciones, productos y procesos, a través de reuniones presenciales, visitas técnicas, talleres de ideación y desarrollo de proyectos colaborativos.

La *MVP Academy* tiene como objetivo fortalecer la relación con los clientes, profundizar la comprensión mutua de los desafíos operativos y estratégicos y fomentar la creación de proyectos de innovación desarrollados conjuntamente entre Marcopolo y los socios, ampliando el

impacto de las soluciones y contribuyendo a un desempeño más sostenible y orientado al cliente.

Otra acción importante dentro del frente de la Cultura de la Innovación fue la celebración de la Semana de la Innovación, un evento anual que reúne a socios externos y casos de innovación para inspirar y motivar a los colaboradores. En 2025, contamos con la participación de ejecutivos de empresas de renombre, como Dassault, C.E.S.A.R School, SKA, 3DSCAN, Viação Águia Branca, así como representantes de las áreas de Tecnologías de la Información y líderes de los proyectos de innovación abierta de Marcopolo.



Marcopolo Next

Marcopolo Next tiene un papel fundamental en el proceso de innovación, con la misión de acelerar la innovación, desde frentes complementarios que implican una cultura de innovación, co-creación con los clientes e innovación abierta, permitiendo a la empresa avanzar de forma estructurada y sostenible ante los retos de la movilidad y la industria. Esto incluye la conducción de proyectos colaborativos con el ecosistema de innovación, fomentar una cultura de innovación y preparar a los colaboradores para liderar las transformaciones que darán forma al futuro de la movilidad.

Innovación Abierta

En el ámbito de la innovación abierta, Marcopolo Next es responsable de la ejecución de *GO³ Open*, un programa que conecta retos reales de negocio con soluciones desarrolladas por startups en el ecosistema de la innovación. La iniciativa se centra en resolver los desafíos relacionados con la excelencia operativa, la seguridad, la calidad, la eficiencia productiva y la transformación digital, utilizando una metodología estructurada y una gobernanza de innovación abierta.

A través de *GO³ Open*, los colaboradores de Marcopolo participan activamente en la definición de los desafíos, mientras que las startups son seleccionadas para cocrear y probar soluciones en asociación con las áreas internas. Este enfoque permite acelerar el desarrollo de soluciones, reduciendo riesgos y costos, así como ampliar el acceso a nuevas tecnologías y modelos de negocio, contribuyendo directamente a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Cocreación con Clientes

La cocreación con los clientes es también uno de los frentes de la estrategia de innovación de Marcopolo Next y se materializa a través de iniciativas como COCRIATIVA, creada para acercar la empresa a sus principales clientes a través de un canal estructurado de innovación colaborativa.

COCRIATIVA promueve jornadas de innovación que involucran la inmersión en los desafíos reales de los clientes, la ideación conjunta, la creación de prototipos y la validación de conceptos, siempre enfocándose en generar nuevas soluciones alineadas con las necesidades operativas, la experiencia del usuario y la sostenibilidad del negocio. Este enfoque fortalece la relación con los clientes, reduce los riesgos de desarrollo y aumenta el asertividad de las soluciones propuestas.



El Futuro que Queremos

En 2025, Marcopolo Next participó en el programa El Futuro que Queremos, una iniciativa liderada por la Fundación Marcopolo y dirigida a construir colectivamente visiones y caminos para ciudades más sostenibles, resilientes y centradas en las personas. La participación de Next se realizó de manera integrada con la propuesta del programa, aportando con su experiencia en innovación, co-creación y activación de entornos colaborativos, en línea con el rol de la Fundación Marcopolo.

Next actuó principalmente en la habilitación de espacios y dinámicas de innovación, apoyando iniciativas de participación, reuniones y actividades relacionadas con el programa. Uno de los aspectos más destacados fue la implementación de Arena Next en la Biblioteca Parque de la Fundación Marcopolo, un espacio diseñado para estimular la colaboración, el intercambio de ideas y la realización de workshops, que comenzó a utilizarse en iniciativas de la Fundación y en acciones relacionadas con la agenda del programa El Futuro que Queremos.

Esta acción refuerza el papel de Marcopolo Next como articulador y facilitador de procesos de innovación, contribuyendo a ampliar el impacto de las iniciativas de innovación social y fortalecer las conexiones entre personas, territorios y causas alineadas con la sostenibilidad y la visión de futuro de la empresa.



Marcopolo Motorhome

Marcopolo Motorhome dio un paso importante en el mercado de vehículos recreativos al presentar su primer motorhome, el NOMADE. Combinando la robustez de un 4x4 integral automático y la versatilidad de un modelo compacto, el vehículo destaca por su alto nivel de tecnología integrada, ofreciendo a los consumidores una experiencia de movilidad única. Este nuevo emprendimiento, que refuerza la diversificación del negocio de Marcopolo, es el resultado de un proyecto de intraemprendimiento iniciado en 2022. Con un equipo dedicado y una infraestructura propia, NOMADE es el resultado del trabajo colaborativo entre la empresa y la comunidad, incorporando las demandas y necesidades del mercado del camping.

Durante su desarrollo, Marcopolo realizó inmersiones en el ecosistema de camping en Brasil y Estados Unidos, así como interacciones con usuarios de vehículos recreativos, para garantizar que el modelo cumpliera con las expectativas y requisitos del público objetivo. El lanzamiento oficial de NOMADE tuvo lugar en noviembre de 2024, en la 8ª edición de Expo Motorhome, la feria de camping y caravanas más grande de América Latina.



Gestión Integrada del Negocio



Las unidades brasileñas tienen implementada la Gestión Integrada de Negocios (GIN), que incluye las siguientes certificaciones:

- ISO 9001 – Calidad
- ISO 45001 – Salud y Seguridad
- ISO 14001 – Medio Ambiente

Se amplió el alcance de la certificación ISO 9001, con la inclusión del motorhome (unidad São Cristóvão) y Montaje de Chasis (unidad São Mateus).

La unidad Apolo ha obtenido la certificación ISO 14001, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la gestión ambiental. Además, se comenzó a trabajar en la certificación de la norma IATF 16949 (Gestión de Calidad para la Industria Automotriz).

Marcopolo también obtuvo la acreditación en ABNT NBR ISO/IEC 17025, norma internacional que reconoce la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración, con requisitos que aseguran la validez de los resultados. La acreditación fue otorgada por la Coordinación General de Acreditación del INMETRO (CGCRE), organismo reconocido por el Gobierno Federal. La acreditación es un factor estratégico para las organizaciones que desean sobresalir en los mercados globales, teniendo en cuenta los requisitos legales y reglamentarios de la industria del transporte.

Las unidades en el exterior cuentan con las siguientes certificaciones:

- Marcopolo Sudáfrica (MASA)**
ISO 9001 – Calidad
- Marcopolo Argentina (Metalsur)**
ISO 9001 – Calidad
- Marcopolo Australia (Volgren)**
ISO 9001 – Calidad
- Marcopolo China (MAC)**
ISO 9001 – Calidad
ISO 45001 – Salud y Seguridad
ISO 14001 – Medio Ambiente
- Marcopolo Colombia (Superpolo)**
ISO 9001 – Calidad
- Marcopolo México (Polomex)**
ISO 9001 – Calidad
ISO 14001 – Medio Ambiente

Se realizan evaluaciones periódicas para asegurar el cumplimiento de las Normas. Cada tres años, la empresa se somete a un proceso de recertificación, en el que se verifican los requisitos, contribuyendo al perfeccionamiento de las prácticas sostenibles. En 2025, las unidades brasileñas de Marcopolo fueron recertificadas en las normas ISO 9001, 14001 y 45001.



Ética y Compliance

Marcopolo valora las relaciones profesionales basadas en el respeto mutuo, no tolerando ningún tipo de acoso, discriminación, favoritismo o práctica ilegal. Las directrices del Código de Conducta orientan para prevenir y resolver conflictos de interés, asegurando un ambiente de trabajo ético y justo.

Código de Conducta

Marcopolo instituyó su primer Código de Conducta en 2005, con revisiones periódicas, la más reciente a finales de 2023. El Código de Conducta establece las directrices y estándares de conducta esperados que guían las decisiones comerciales y el comportamiento de todos los gestores y colaboradores de la empresa. Además, sirve como referencia en las relaciones con socios comerciales, como proveedores, prestadores de servicios, representantes de ventas, concesionarios y distribuidores, y con otras partes interesadas. El Código de Conducta es aplicable a las unidades controladas en Brasil y en el extranjero.



Como parte de la estructura de gobernanza del Código de Conducta, se constituye el Comité de Recursos Humanos y Ética, vinculado al Consejo de Administración; el Comité Central de Conducta, que es responsable de los asuntos relacionados con las unidades brasileñas; y los Comités Locales de Conducta/Compliance, que son responsables de los asuntos de las unidades controladas en el extranjero. Para obtener más información sobre el Código de Conducta, visite el sitio web de Marcopolo: <https://marcopolo.com.br/codigo-de-conduta>, disponible en portugués, español e inglés.

Compliance

Marcopolo tiene un Programa de *Compliance* estructurado desde 2014, mejorado continuamente para reflejar su tamaño, operaciones y el entorno de riesgo en Brasil y en el extranjero.

La gobernanza del Programa cuenta con un Comité de *Compliance* vinculado al Consejo de Administración, con la participación del presidente de Marcopolo (CEO), miembros del Consejo y el *Compliance Officer* (CCO). El CCO participa en las reuniones de la dirección ejecutiva, asegurando la evaluación de temas estratégicos desde la perspectiva de la integridad.

La estructura de *Compliance* está formada por el CCO, especialista, analistas y agentes internos, responsables de difundir la cultura de la ética en todas las unidades.

El modelo adoptado por Marcopolo tiene operaciones globales, cubriendo Brasil y todas las unidades controladas en el extranjero, asegurando la alineación de las prácticas de integridad. La empresa cuenta con una Política Global de Integridad que ofrece orientaciones sobre conflictos de interés y sobre la forma de informar y tratar eventuales situaciones que puedan ocurrir.

Los nuevos colaboradores participan en capacitaciones específicas sobre el Código de Conducta y Compliance en el proceso de integración, donde reciben el documento impreso en su versión de bolsillo y también orientación sobre cómo utilizar los canales de denuncia para comunicar violaciones de las pautas éticas y de comportamiento.

Además de la capacitación de integración, los colaboradores reciben periódicamente capacitación y comunicaciones internas sobre temas de ética, integridad y cumplimiento, lo que refuerza la cultura organizacional. La capacitación online del Código de Conducta también está disponible en la Universidad Marcopolo, lo que permite el acceso continuo a los contenidos por parte de todos los colaboradores.



Canales de Denuncia

Marcopolo proporciona canales de denuncia para dudas, reclamos, sugerencias y denuncias, como corrupción, soborno, fraude, conducta ilegal o poco ética, agresión al medio ambiente, prácticas o registros contables cuestionables, mal uso de los activos de la empresa y discriminación de cualquier tipo.

Contacto Seguro es un canal externo exclusivo para denunciar prácticas que están en desacuerdo con las políticas internas y las leyes aplicables, y se puede acceder a través del toll free (llamada gratis) o del sitio web (<https://contatoseguro.com.br/pt/marcopolo>), las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Este servicio es operado por una empresa externa, independiente de Marcopolo, que utiliza su propio sistema en un entorno externo, donde toda la información está encriptada, garantizando la imparcialidad, la seguridad y el total compromiso con la confidencialidad del denunciante y la confidencialidad en el manejo de la denuncia.

Este canal también está disponible para las unidades en el extranjero, en inglés, español y mandarín, a través de una URA (Unidad de Respuesta Audible).

Durante el 2025, el Canal de Defensoría Contacto Seguro recibió 525 manifestaciones, 89,52% anónimas y 10,48% identificadas, las cuales fueron atendidas en su totalidad y contestadas por los comités establecidos al efecto.

Canal Libre es un sistema interno de denuncias exclusivo para colaboradores, diseñado para enviar ideas, sugerencias, cumplidos y reclamos sobre temas generales de la empresa.



Política de Privacidad de Datos Personales

Desde 2021, Marcopolo aplica la Política de Privacidad y Protección de Datos Personales en todas sus unidades en Brasil. El Comité de Privacidad de Datos Personales y el *Data Protection Officer* (DPO) actúan para garantizar el cumplimiento de la normativa. En 2024, se asignó un colaborador a la función de encargado/DPO adjunto, que actúa en ausencia o indisponibilidad del DPO titular, manteniendo a la empresa protegida en todo momento y asegurando la continuidad de las buenas prácticas procedimentales.

En cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos de Brasil (LGPD – Ley 13.709), Marcopolo llevó a cabo el mapeo y el marco legal de todas las actividades que procesan datos personales y formalizó el nombramiento de las personas a cargo para el cumplimiento de la norma y para el diálogo con las autoridades de supervisión. La empresa realiza periódicamente la revisión del mapeo con la inclusión de nuevas actividades y/o mejoras junto con los agentes de *Compliance*/LGPD de las diversas áreas, asegurando la alineación y eficacia en la gestión de datos personales en toda la organización.

La empresa promueve regularmente campañas de concientización y ofrece capacitación personalizada sobre LGPD a través de la Universidad Marcopolo. Además, los proveedores que manejan datos personales deben cumplir con cláusulas específicas para proteger los datos personales presentes en los contratos.

Marcopolo no recibió sanciones de la Agencia Nacional de Protección de Datos (ANPD) en 2025 y no se produjeron incidencias en los controles tecnológicos, reforzando su compromiso con la protección de los datos personales de las audiencias con las que se relaciona.



03 DESEMPEÑO FINANCIERO

GRI 2-2; 201-1

En este capítulo presentamos los principales indicadores financieros relacionados con el negocio de Marcopolo durante 2025.



27.516
unidades producidas en Brasil en 2025

Desempeño del Sector de Autobuses en Brasil

La producción brasileña de autobuses alcanzó las 27.516 unidades en 2025, un volumen un 1,7% superior a las 27.067 unidades producidas en 2024. La demanda en el mercado interno alcanzó las 20.832 unidades, un 2,63% más que en 2024 (20.299), mientras que la producción destinada al mercado exterior fue de 3.483 unidades, un aumento del 24,4% en relación con las exportaciones del año anterior (2.800). En el segmento Volare, la producción fue de 3.201 unidades en 2025, una reducción del 19,3% en comparación con las 3.968 unidades producidas en 2024.

PRODUCCIÓN BRASILEÑA DE AUTOBUSES - TOTAL (en unidades)

PRODUCTOS ¹	2025			2024			VAR.
	MI	ME ²	TOTAL	MI	ME ²	TOTAL	%
Interurbanos	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%
Microbuses	6.241	268	6.509	6.091	289	6.380	2,0%
Volares	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%

Fuentes: FABUS (Asociación Nacional de Fabricantes de Autobuses).
Notas: ¹ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Exterior, unidades producidas para exportación; ² Incluye unidades exportadas en KD (desmontadas).



Desempeño de Marcopolo

La producción brasileña de autobuses mostró estabilidad en 2025 en comparación con 2024, basada en la normalización de todos los segmentos del mercado. La caída de los volúmenes dirigidos al mercado interno se vio compensada por el aumento de las exportaciones, que ganaron tracción especialmente en el segmento de autobuses interurbanos.

El desempeño de la Compañía en Brasil siguió la tendencia del mercado, destacando las exportaciones. A lo largo de 2025, el mix de producción fue sustancialmente más ligero, centrado en productos con menor valor añadido, en comparación con 2024, tanto en interurbanos como urbanos.

El segmento de microbuses logró un crecimiento significativo, con el aumento de las entregas al programa federal Caminho da Escola, que había presentado compras menos sustanciales de este

modelo en 2024. El segmento de Volare experimentó lo contrario, con volúmenes que cayeron debido a un menor número de entregas a Caminho da Escola en comparación con 2024, cuando avanzó más rápido en las ventas al programa.

Las operaciones internacionales presentaron, en conjunto, crecimiento, con énfasis en la operación argentina de Metalsur, con crecimiento sustancial en volúmenes y resultados, y la consolidación y expansión de los resultados del Volgren australiano, demostrando la sostenibilidad de la operación.

El crecimiento en los resultados del conjunto de operaciones internacionales, sumado al buen desempeño de las operaciones brasileñas, incluso con un mix más ligero, permitió a Marcopolo lograr resultados récord en 2025, manteniendo una trayectoria de evolución de 4 años.





Unidades Registradas en Ingresos Netos

En 2025, se registraron 15.048 unidades en ingresos netos, 11.006 de las cuales se registraron en Brasil (73,1% del total), 1.474 exportadas desde Brasil (9,8% del total) y 2.568 producidas y vendidas en el extranjero (17,1% del total), como se muestra en la siguiente tabla:

OPERACIONES (EN 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%
Eliminaciones KD exportados ❶		654	251	160,6%
TOTAL EN BRASIL		12.480	12.686	-1,6%
EXTERIOR	Sudáfrica	439	454	-3,3%
	Australia	569	582	-2,2%
	China	189	135	40,0%
	México	911	1.063	-14,3%
	Argentina	460	163	182,2%
TOTAL EN EL EXTERIOR		2.568	2.397	7,1%
TOTAL GENERAL		15.048	15.083	-0,2%

Notas: ❶ KD (Knock Down) = Carrocería parcial o totalmente desmontada.

Producción

En 2025, la producción consolidada de Marcopolo totalizó 15.024 unidades, un 1,7% menos que las 15.289 unidades fabricadas en 2024. De este total, el 81,9% se produjo en Brasil y el 18,1% restante en el extranjero. Los datos sobre la producción mundial de Marcopolo se presentan en las siguientes tablas:

MARCOPOLO - PRODUCCIÓN MUNDIAL CONSOLIDADA

OPERACIONES (EN 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%
Eliminaciones KD exportados ❷		654	251	160,6%
TOTAL EN BRASIL		12.309	12.973	-5,1%
EXTERIOR	Sudáfrica	449	413	8,7%
	Australia	571	540	5,7%
	China	197	126	56,3%
	México	920	1.062	-13,4%
	Argentina	578	175	230,3%
TOTAL EN EL EXTERIOR		2.715	2.316	17,2%
TOTAL GENERAL		15.024	15.289	-1,7%

Notas ❶ Incluye la producción del modelo Volare; ❷ KD (Knock Down) = Carrocería parcial o totalmente desmontada.



MARCOPOLO - PRODUCCIÓN MUNDIAL CONSOLIDADA POR MODELO

PRODUCTOS/ MERCADOS ¹ (EN UNIDADES)	2025			2024		
	MI	ME ²	TOTAL	MI	ME ²	TOTAL
Interurbanos	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
Microbuses	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 Exterior; ² La producción total del ME incluye las unidades exportadas en KD (carrocerías parcial o totalmente desmontadas).

MARCOPOLO - PRODUCCIÓN EN BRASIL

PRODUCTOS/ MERCADOS ¹ (EN UNIDADES)	2025			2024		
	MI	ME ²	TOTAL	MI	ME ²	TOTAL
Interurbanos	2.542	1.529	4.071	2.830	945	3.775
Urbanos	2.507	69	2.576	2.663	145	2.808
Microbuses	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 Exterior; ² La producción total del ME incluye las unidades exportadas en KD (carrocerías parcial o totalmente desmontadas).

Participación de Mercado

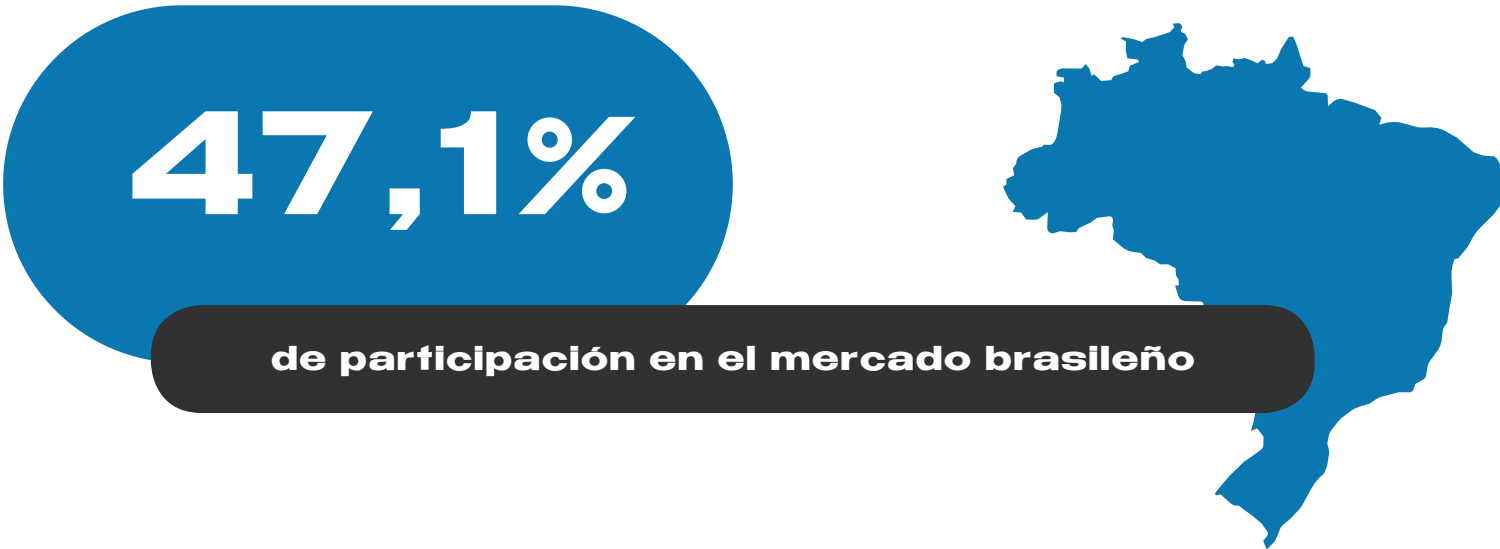
Marcopolo mantuvo su liderazgo en el mercado de carrocerías de autobuses, cerrando el año con una participación del 47,1%, sin cambios sustanciales respecto a 2024.

La siguiente tabla destaca la participación de mercado de Marcopolo en la producción brasileña por la línea de productos:

PARTICIPACIÓN EN LA PRODUCCIÓN BRASILEÑA (%)

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

Fuente: FABUS
Notas: ¹ Los modelos Volare fueron computados como microbuses con el propósito de cuota de mercado.





Ingresos Netos Consolidados

Los ingresos netos consolidados alcanzaron los R\$ 9.057,5 millones en 2025, un 5,4% más que los R\$ 8.593,8 millones en 2024. El aumento de los ingresos refleja el crecimiento de las exportaciones de Brasil y el buen desempeño de las operaciones internacionales de la Compañía, especialmente Australia y Argentina. La contracción de los ingresos en el mercado interno refleja el mix más ligero en todos los segmentos.

Las ventas al mercado interno generaron ingresos por R\$ 4.945,5 millones o el 54,6% de los ingresos

netos totales (63,7% en 2024). Las exportaciones, sumadas a los negocios en el exterior, alcanzaron ingresos por R\$ 4.112 millones o el 45,4% del total (36,3% en 2024).

Del total de ingresos netos consolidados en 2025, el 74,1% provino de las ventas de carrocerías (70,7% en 2024), el 18,3% de las ventas de Volares (21,1% en 2024) y el 7,6% de los ingresos por piezas, Banco Moneo y chasis (8,2% en 2024).

Los ingresos por producto y mercado de destino se presentan en la siguiente tabla:

INGRESOS NETOS TOTALES CONSOLIDADOS POR PRODUCTOS Y MERCADOS (R\$ MILLONES)

PRODUCTOS/ MERCADOS ¹	2025			2024		
	MI	ME	TOTAL	MI	ME	TOTAL
(EN UNIDADES)						
Interurbanos	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
Microbuses	595,0	61,1	656,1	539,6	46,2	585,8
SUBTOTAL CARROCERÍAS	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
Chasis	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
Piezas y Otros	165,9	204,6	370,5	160,7	139,4	300,1
TOTAL GENERAL	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 Exterior; ² Los ingresos de Volares incluyen el chasis.



R\$ 9.057,5 millones

de ingresos netos consolidados en 2025

Ingresos Brutos y Márgenes

En 2025, el beneficio bruto ascendió a 2.314,3 millones de reales, lo que representa el 25,6% de los ingresos netos (2.131,4 millones de reales o el 24,8% de los ingresos netos en 2024).

El aumento del beneficio bruto y el margen bruto refleja el mejor desempeño del conjunto de operaciones internacionales y las ganancias de eficiencia operativa obtenidas a partir del segundo trimestre de 2025. El margen bruto se vio afectado negativamente por el mix de ventas, con productos de menor valor agregado ganando representación en la distribución de los ingresos, y por la apreciación del real en comparación con el dólar estadounidense, lo que refleja la rentabilidad de las exportaciones de Brasil.



Gastos con Ventas

Los gastos de venta totalizaron R\$ 417,6 millones en 2025 o el 4,6% de los ingresos netos, frente a R\$ 352,4 millones en 2024 o el 4,1% de los ingresos en 2024.

El aumento de los gastos comerciales en términos absolutos y porcentuales refleja principalmente el aumento de las exportaciones de Brasil, ventas que típicamente tienen una mayor comisión de ventas.

Gastos Generales y Administrativos

Los gastos generales y administrativos totalizaron R\$ 472,5 millones en 2025 y R\$ 380,1 millones en 2024, lo que representa el 5,2% y el 4,4% de los ingresos netos, respectivamente.

Otros Ingresos/ Gastos Operativos

En 2025, R\$ 17,2 millones se contabilizaron como “Otros ingresos operativos” frente a R\$ 18,8 millones como “Otros gastos operativos” en 2024. El principal efecto positivo en la línea “Otros Ingresos Operativos” fue la contribución del Programa Mover.

Resultado de la Equivalencia Patrimonial

El resultado de la equivalencia patrimonial en 2025 fue negativo por R\$ 91,7 millones, frente a R\$ 77,5 millones positivos en 2024. Las operaciones de la colombiana Superpolo sumaron R\$ 14,7 millones (R\$ 12,6 millones en 2024), mientras que el fabricante afiliado de acondicionadores de aire Spheros trajo un impacto positivo de R\$ 15,4 millones (R\$ 22,3 millones en 2024) al resultado de la equivalencia patrimonial.

El principal impacto negativo se refiere al resultado de la operación de la filial canadiense NFI, penalizando el resultado de la equivalencia patrimonial en R\$ 127,5 millones frente a R\$ 11,3 millones también negativos en 2024. Los resultados de la filial se vieron afectados negativamente por dos eventos no recurrentes a lo

largo de 2025, que en conjunto alcanzaron los R\$ 133,3 millones: en el segundo trimestre de 2025, NFI registró un deterioro de la plusvalía originada en la adquisición de la compañía británica Alexander Dennis, realizada en 2019; mientras que en el tercer trimestre, NFI aprovisionó los costos estimados de asistencia técnica para autobuses eléctricos afectados por un recall de baterías. La provisión de asistencia técnica deberá ser revertida parcialmente por NFI, considerando la publicación de un anuncio por parte de NFI donde informe que ha realizado un acuerdo con el proveedor de baterías, para compensar parte de los costos antes mencionados con la reposición de baterías y adecuación de las unidades afectadas.

Resultado Financiero Neto

El resultado financiero neto para 2025 fue positivo por R\$ 217,8 millones, frente a un resultado positivo de R\$ 13 millones en 2024. El resultado financiero se vio afectado positivamente por la variación cambiaria generada por la apreciación del Real frente al dólar estadounidense sobre la cartera de órdenes en dólares. La Compañía realiza el hedge cambiario de las exportaciones en el momento de la confirmación de las órdenes de venta, asegurando el margen de los negocios. A medida que los productos se entregan y facturan, la Compañía captura los efectos de la apreciación o devaluación del Real en sus márgenes operativos o resultados financieros.



EBITDA

El EBITDA alcanzó los R\$ 1.506,1 millones en 2025, con un margen del 16,6%, frente a los R\$ 1.625,2 millones y un margen del 18,9% en 2024. El EBITDA se vio afectado positivamente por el desempeño de las operaciones internacionales y las ganancias de eficiencia de la Compañía y, negativamente, por el peor mix de ventas con una mayor exposición de los ingresos a productos de menor valor agregado, por la apreciación del real frente al dólar estadounidense en las exportaciones de Brasil y por los impactos no recurrentes traídos por la filial NFI.

En 2025, el EBITDA se vio afectado negativamente de forma no recurrente por el resultado de la filial canadiense NFI, con R\$ 133,3 millones. Ajustado por el impacto antes mencionado, el EBITDA 2025 alcanzaría los R\$ 1.639,4 millones, con un margen del 18,1%.

En 2024, el EBITDA se había visto beneficiado por R\$ 49,2 millones debido al resultado de la equivalencia patrimonial de la filial argentina Metalpar, y afectado negativamente de forma no recurrente por R\$ 5,9 millones por REFIS, R\$ 7,3 millones por el resultado del tercer trimestre de 2024 de la filial canadiense NFI y R\$ 16,8 millones por la complementación de la provisión realizada en el cuarto trimestre de 2024 asociada a la remuneración variable de los empleados de la Compañía como resultado de la amplia superación de los objetivos de la Compañía. Ajustado por los efectos mencionados, el EBITDA de 2024 alcanzaría los R\$ 1.606 millones, con un margen del 18,7%.

En la siguiente tabla se destacan las cuentas que componen el EBITDA.

R\$ MILLONES	2025	2024
Resultado antes del IR* y CS**	1.567,4	1.470,6
Ingresos Financieros	-857,5	-716,0
Gastos Financieros	639,7	703,0
Depreciación / Amortización	156,5	167,6
EBITDA	1.506,1	1.625,2

*IR = Impuesto sobre la Renta; **CS = Contribución Social

Beneficio Neto

El beneficio neto de 2025 llegó a R\$ 1.235,5 millones, con un margen neto del 13,6%, frente a los R\$ 1.222,4 millones y un margen neto del 14,2% en 2024. El incremento del resultado neto respecto a 2025 es un reflejo de los factores detallados en el EBITDA y resultados financieros.

Los ingresos netos alcanzaron los

R\$ 1.235,5 millones

con un margen neto del 13,6%

Endeudamiento Financiero

El endeudamiento financiero neto ascendió a 1.481,2 millones el 31/12/2025 (R\$ 1.158,1 millones el 31/12/2024). De este total, R\$ 1.199,3 millones provinieron del segmento financiero (Banco Moneo) y R\$ 281,9 millones del segmento industrial. Cabe destacar que el endeudamiento del segmento financiero proviene de la consolidación de las actividades de Banco Moneo y debe analizarse por separado, ya que tiene características diferentes a las de las actividades industriales de la Compañía.. El pasivo financiero del Banco Moneo tiene como contrapartida la cuenta de “Clientes” en el Activo del Banco. El riesgo de crédito está debidamente provisionado. Por tratarse de transferencias FINAME, cada desembolso del BNDES tiene una contrapartida exacta en la cuenta de clientes por cobrar del Banco Moneo, tanto en plazo como en tasa fija.

A 31 de diciembre, el endeudamiento financiero neto del segmento industrial representaba 0,2 veces el EBITDA de los últimos 12 meses.



Generación de Efectivo

En 2025, las actividades operativas generaron recursos por R\$ 1.438,8 millones. Las actividades de inversión, menos los dividendos recibidos de las empresas coligadas, demandaron R\$ 321,2 millones, mientras que las actividades de financiamiento consumieron R\$ 968,1 millones.

Como resultado, el saldo de efectivo inicial de R\$ 2.098,6 millones, considerando las inversiones financieras no disponibles y deduciendo R\$ 26,1 millones relacionados con la diferencia entre la variación del tipo de cambio y la variación en las cuentas relacionadas con las inversiones financieras no disponibles, ascendió a R\$ 2.222 millones al final del año.



Generación de Valor

El valor económico directo generado y distribuido por Marcopolo en 2024 y 2025 se produjo de la siguiente manera.

DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AGREGADO	2024 (R\$ mil)	2025 (R\$ mil)
	3.786.529	4.012.432
PERSONAL	1.593.434	1.727.783
Remuneración directa	1.350.963	1.452.152
Beneficios	180.202	202.830
FGTS	62.269	72.801
IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	249.242	388.569
Federales	360.476	475.504
Estatales	-114.235	-90.391
Municipales	3.001	3.456
REMUNERACIÓN DE CAPITAL DE TERCEROS	721.476	660.572
Gastos financieros	469.311	557.931
Alquileres	18.498	20.889
Otros	233.667	81.752
UTILIDAD DEL EJERCICIO, INTERESES SOBRE EL CAPITAL PROPIO Y DIVIDENDOS	1.222.377	1.235.508
Intereses sobre el capital propio y dividendos	364.124	991.665
Utilidades retenidas de ejercicios	858.253	243.843



Desempeño de Controladas y Coligadas

Banco Moneo

Banco Moneo está autorizado para operar en las carteras de arrendamiento mercantil y crédito, financiamiento e inversión. En 2025, presentó un ingreso neto de R\$ 42,2 millones (R\$ 35,1 millones en 2024).

Moneo mantuvo la política de priorizar la calidad de su cartera de crédito, a través de un riguroso sistema de evaluación y aprobación, ampliando sus operaciones de manera estructurada a medida que evoluciona el propio mercado brasileño de autobuses.



Controladas en el Exterior

En 2025, las operaciones controladas en el exterior entregaron 2.568 unidades, un 7,1% más que en 2024 (2.397 unidades). Los principales aspectos destacados de las controladas en el exterior son los siguientes:

MARCOPOLO AUSTRALIA (VOLGREN)

La operación entregó 569 unidades en 2025 (reducción del 2,2% en comparación con 582 entregadas en 2024). La unidad australiana continúa logrando récords históricos de rendimiento, enfocados en el control de costos, el avance de la eficiencia, la presencia comercial e industrial. Incluso con una reducción en los volúmenes, Volgren aseguró resultados récord con un mix de entrega dirigido a productos de mayor valor agregado, alcanzando un beneficio neto de R\$ 132,5 millones (R\$ 85,8 millones en 2024).

MARCOPOLO MÉXICO (POLOMEX)

La operación mexicana entregó 911 unidades en 2025, un 14,3% menos que en 2024. La unidad se vio afectada por las incertidumbres macroeconómicas asociadas a la discusión de tarifas con el mercado norteamericano, lo que afectó la confianza de los principales clientes respecto a la decisión de inversión. Polomex logró un beneficio neto de R\$ 46,8 millones en 2025 (R\$ 51,8 millones en 2024).

MARCOPOLO ARGENTINA (METALSUR)

En 2025, la operación argentina entregó 460 unidades (todas en el segmento interurbano), con un crecimiento del 182,2% en comparación con las 163 entregadas en 2024. El fuerte incremento de los volúmenes proviene de la recuperación del escenario macroeconómico argentino y de la reestructuración llevada a cabo en Metalsur en los últimos años. Metalsur centró sus entregas en productos de mayor valor agregado, especialmente autobuses interurbanos pesados, logrando un resultado neto récord de R\$ 129 millones (R\$ 75,7 millones negativos en 2024).

MARCOPOLO ÁFRICA DO SUL (MASA)

En 2025, MASA entregó 439 unidades, una reducción del 3,3% en comparación con 2024. Incluso con menores volúmenes, la operación sudafricana aumentó su rentabilidad a partir de la entrega de productos con mayor valor agregado, presentando un beneficio neto de R\$ 24,5 millones en 2025 (R\$ 14,9 millones en 2024).

MARCOPOLO CHINA (MAC)

En 2025, la unidad china presentó un resultado positivo de R\$ 5,4 millones frente a R\$ 12,2 millones negativos en 2024.



Coligadas en el Exterior

MARCOPOLO COLOMBIA (SUPERPOLO)

La unidad colombiana presentó resultados crecientes en 2025, con evolución de volúmenes y composición de mix de ventas. La filial presentó una equivalencia patrimonial de R\$ 14,7 millones frente a R\$ 12,6 millones en 2024.

NFI GROUP INC. (CANADÁ)

La compañía canadiense sufrió eventos no recurrentes en sus resultados, a pesar de tener una cartera de pedidos a largo plazo y buenas perspectivas para recuperar sus resultados operativos. En 2025, la filial registró un resultado negativo de R\$ 127,5 millones en la equivalencia patrimonial frente a R\$ 11,3 millones también negativos en 2024.



Audidores Independientes

En cumplimiento de la Resolución 162/22 de la CVM, Marcopolo declara tener otros contratos con sus Auditores Independientes que no están relacionados con la auditoría de los Estados Financieros de la Compañía.

Durante el ejercicio 2025, KPMG Auditores Independientes Ltda. ("KPMG") fue contratada para servicios de auditoría de los estados financieros y otros servicios no relacionados con la auditoría. Con respecto a los servicios que no son de auditoría, el procedimiento de la Compañía es obtener la aprobación

previa del Comité de Auditoría, con el fin de evitar la existencia de un conflicto de intereses, pérdida de independencia u objetividad de sus auditores independientes.

La responsabilidad por las definiciones inherentes a los procedimientos realizados y su aplicación son prerrogativas de la Administración, por lo tanto, es el entendimiento tanto de la Compañía como de sus auditores externos que dichos servicios no afectan la independencia profesional.

HONORARIOS DE AUDITORÍA Y NO AUDITORÍA (R\$ MIL)	2025
Honorarios de auditoría	2.339,0
Honorarios de no auditoría	507,0
TOTAL	2.846,0





Mercado de Capitales

Capital Social

Al 31 de diciembre de 2025, el capital social de Marcopolo era de R\$ 3.039.801.848,62, dividido en 1.249.898.603 acciones, de las cuales 450.945.982 eran acciones ordinarias (36,1%) y 798.952.621 (63,9%) acciones preferentes, todas ellas nominativas, escriturales y sin valor nominal.



Desempeño de las Acciones de Marcopolo en B3

En 2025, las transacciones con acciones de Marcopolo movieron R\$ 24.492,3 millones. La participación de inversionistas extranjeros en el capital social de Marcopolo totalizó, al 31 de diciembre, el 43,3% de las acciones preferentes y el 29,5% del capital social total. Al cierre del ejercicio, la Compañía tenía 88.033 accionistas.

A partir del 3 de enero de 2025, Marcopolo regresó al Ibovespa, el principal índice de acciones del mercado de capitales brasileño. La siguiente tabla muestra la evolución de los principales indicadores relacionados con el mercado de capitales:

INDICADORES	2025	2024
Valor transaccionado (R\$ millones)	24.492,3	16.804,0
Valor de mercado (R\$ millones) ❶ ❷	7.461,9	8.385,7
Acciones existentes	1.249.898.603	1.136.271.458
Valor patrimonial por acción (R\$)	3,09	3,42
Cotización POMO4 al cierre del periodo (R\$)	5,97	7,38

Notas: ❶ Cotización de la última transacción del periodo de acciones preferentes (POMO4), multiplicada por el total de acciones ordinarias y preferentes existentes en el mismo periodo. ❷ De este total, 9.306.661 acciones preferentes se mantuvieron en tesorería el 31/12/2025.



Dividendos/Intereses sobre el Capital Propio

El monto total de dividendos distribuidos en 2025 totalizó R\$ 1.161,3 millones o R\$ 0,94 por acción. El valor equivale al 94,9% de los beneficios netos en 2025 y representa un *yield* (dividendo por acción/precio de la acción preferente al final del año) del 15,7%. En 2025, la Compañía distribuyó dividendos récord, respaldadas por la generación de efectivo y el bajo endeudamiento, con un pay-out del 94,9%.

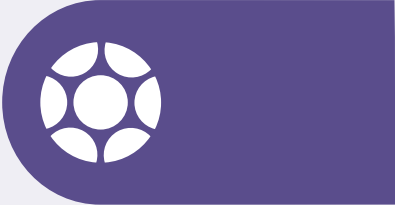
Inversiones/Inmovilizaciones

En 2025, Marcopolo invirtió R\$ 320,9 millones en su activo fijo, de los cuales R\$ 123,1 millones se gastaron en la empresa controladora e se invirtieron de la siguiente manera: R\$ 87 millones en maquinaria y equipos, R\$ 16,4 millones en edificios y mejoras, R\$ 16,1 millones en equipos de informática y softwares y R\$ 3,6 millones en otros activos fijos.

En las controladas se invirtieron R\$ 197,8 millones, de los cuales R\$ 101 millones en Volare Veículos (São Mateus), R\$ 41 millones en Apolo (Plásticos), R\$ 12,8 millones en Marcopolo Australia, R\$ 8,2 millones en Marcopolo México, R\$ 7,9 millones en Marcopolo Argentina y R\$ 26,9 millones en las otras unidades.

Hechos Relevantes y Comunicados al Mercado

El 19 de diciembre de 2025, Marcopolo informó al mercado sobre la emisión de nuevas acciones a través de la capitalización de reservas existentes, con un bono del 10% sobre la posición existente el 23 de diciembre de 2025. El costo atribuido a las nuevas acciones fue de R\$ 6,21.



04 **GESTIÓN DE PERSONAS**

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



Conociendo al Equipo de Marcopolo

El equipo global de Marcopolo en diciembre de 2025 consistió en 15.056 colaboradores, distribuidos en siete países, el 77% de los cuales se concentraron en Brasil. En términos de género, las mujeres representan el 22,4% de la fuerza laboral en Brasil y el 11,1% en unidades en el extranjero, totalizando el 19,8% de los colaboradores.

COLABORADORES POR SEXO Y TIPO DE EMPLEO				
GÉNERO	TIPO DE EMPLEO	BRASIL	EXTERIOR	TOTAL
Hombres	Integral	8.966	3.006	11.972
	Aprendiz	48	19	67
	Pasante	23	10	33
	TOTAL	9.037	3.035	12.072
Mujeres	Integral	2.550	366	2.916
	Aprendiz	41	6	47
	Pasante	13	8	21
	TOTAL	2.604	380	2.984
TOTAL	TOTAL	11.641	3.415	15.056



Diversidad y Inclusión

Marcopolo viene reforzando su compromiso con la Diversidad y la Inclusión a través de iniciativas estructuradas orientadas a ampliar el conocimiento y la concienciación de todos los colaboradores. El programa Somos Colectivos, lanzado en 2023, se destacó como una plataforma para el diálogo y el aprendizaje sobre temas relevantes en la agenda, mientras que UniMarcopolo hizo que los cursos en línea fueran accesibles para toda la organización. El equipo directivo recibió contenido específico en la Escuela de Liderazgo y Gestión, centrándose en equipos diversos e inclusivos.

Como parte del proceso de diversidad, Marcopolo ha estado monitoreando la participación de las mujeres en

puestos directivos en todas sus unidades. Los procesos de selección y las oportunidades de desarrollo se llevan a cabo de manera integral para que tanto hombres como mujeres puedan participar en igualdad de condiciones. La siguiente tabla muestra el porcentaje de hombres y mujeres que ocupan cargos directivos en la empresa.

% OCUPANTES DE CARGOS DE GESTIÓN POR GÉNERO		
GÉNERO	BRASIL	EXTERIOR
Hombres	91,7	90,1
Mujeres	8,3	9,9



La compañía mantiene desde 2004 el **Programa Envolver**, enfocado a la inclusión de personas con discapacidad (personas neurodivergentes, con discapacidad física, auditiva, visual y rehabilitadas) en unidades brasileñas. Los participantes del programa están capacitados para realizar diversas actividades y están acompañados por un equipo especializado. En 2025, el programa se implementó en la unidad de São Cristóvão.





Relación con los Colaboradores

Marcopolo busca mantener una relación con sus colaboradores basada en sus Valores y reforzada por sus cinco Comportamientos Ganadores: transparencia, confianza, compromiso, sentido de pertenencia y colaboración.

La compañía utiliza varios canales de comunicación para mantener informado al equipo de colaboradores sobre los diversos temas, como intranet, Informativo Semanal, grupos de WhatsApp, murales y revista impresa, que forman parte de la red ViaPolo. Las unidades exteriores utilizan canales similares, adaptados a sus necesidades. También están disponibles los canales de denuncia, como se muestra en el capítulo 2 de este informe.

Del mismo modo, se realizan reuniones periódicas con gestores y equipos en todas las unidades. En Brasil, el tradicional Encuentro Marcado es un evento de alineación de todos los colaboradores con el presidente del Consejo de Administración y el director presidente de la empresa (CEO). En operaciones internacionales, las reuniones son conducidas por el gestor general de la unidad con sus equipos.



Día del Colaborador - Marcopolo México



Día Internacional de la Mujer - Marcopolo Colombia



Heritage Day - Marcopolo Sudáfrica



Honra el Mérito - Marcopolo Argentina



Celebración del 20º aniversario de la unidad en China



Celebración de la entrega del autobús 2.000 en la planta de Queensland - Marcopolo Australia



Encuentro Marcado - Caxias do Sul



Honra el Mérito 25 Años - Marcopolo Brasil

Las acciones de relación con los colaboradores para promover el compromiso se llevan a cabo durante todo el año, incluidas las fechas festivas, las celebraciones culturales, las celebraciones por los resultados, el aniversario de las unidades y el reconocimiento a la antigüedad.



Como se destacó en 2025, se llevó a cabo el **Programa Conexión Marcopolo**, con el objetivo de promover un alineamiento institucional con los 15 mil colaboradores de todas las unidades en Brasil y en el extranjero.

El programa estimula el sentido de pertenencia, en una experiencia de aprendizaje desarrollada para movilizar, involucrar y conectar a los participantes con temas relevantes para la empresa, como Seguridad, Calidad y Competitividad. La actividad también fortaleció la cultura de Marcopolo, promoviendo un ambiente de trabajo cada vez más plural y respetuoso.



Caxias do Sul - Brasil



Marcopolo Sudáfrica

Satisfacción de los Colaboradores

Marcopolo realiza encuestas periódicas desde 1997 para monitorear la satisfacción de sus colaboradores. A partir de 2024, la empresa comenzó a utilizar la metodología *Great Place to Work* (GPTW).

La encuesta de 2025 contó con la participación espontánea del 78% de los colaboradores de todas las unidades en Brasil y en el extranjero. La favorabilidad global promedio fue del 71%, mientras que el promedio solo para las unidades brasileñas fue del 72%. Las unidades en Brasil, Argentina, Colombia y China han sido certificadas como un excelente lugar para trabajar, de acuerdo con la metodología GPTW.

Los resultados de la encuesta, junto con los 18.936 comentarios recibidos, fueron utilizados por las unidades para estructurar los planes de acción de mejora, que son monitoreados por el equipo de Gestión del Proyecto, con informes mensuales a la Dirección Ejecutiva de la compañía.





Beneficios para Colaboradores y Familiares

Marcopolo ofrece varios beneficios para los colaboradores y sus familias, alineados de acuerdo con las necesidades y la legislación de cada país y ubicación. La mayoría de los beneficios se centran en programas de salud y calidad de vida. La compañía también ofrece licencia de maternidad y paternidad extendida para las unidades afiliadas.

La Fundación Marcopolo contribuye a la mayoría de las acciones en las unidades brasileñas, destacando campeonatos deportivos internos, actividades recreativas, entrenamiento de fútbol para niños, talleres socioeducativos para estudiantes, Día del Niño, Festival de São João, Entrevero Farroupilha y la tradicional Fiesta de Navidad. Las unidades en el exterior realizan acciones de involucramiento coordinadas por las áreas de Recursos Humanos, de acuerdo con las características de la cultura local.



Fiesta de Navidad
Marcopolo Brasil - Caxias do Sul



Renovación de la flota de autobuses fletados - unidad São Mateus



Día de la Familia - Marcopolo Australia



Feria de Beneficios - Marcopolo Colômbia



Final del torneo de fútbol - Marcopolo México



Lanzamiento del Club de Beneficios
Marcopolo Argentina



Capacitación de los Colaboradores

Marcopolo invierte constantemente en la capacitación de sus colaboradores para un buen desempeño en los negocios actuales y futuros. En 2025, hubo 341.235 horas de capacitación, con un promedio de 22,7 horas por colaborador/año entre todas las unidades.

La empresa mantiene **centros de capacitación** en sus unidades industriales, orientados a capacitar a los colaboradores en las principales actividades operativas, como electricidad, soldadura, pintura, estanqueidad, plásticos, operación de máquinas, así como procesos complementarios y de seguridad.

UniMarcopolo, por su parte, opera en base a una arquitectura de aprendizaje estructurada, que incluye centros de conocimiento: Liderazgo y Gestión, Nuevos Negocios, Forma de Ser Marcopolo, Efectividad Operativa, Producto e iniciativas de autodesarrollo. La **Escuela de Liderazgo y Gestión** ofreció rutas de desarrollo presenciales y actividades prácticas enfocadas en Liderazgo, impactando a 850 profesionales en unidades brasileñas. El programa **Impulsando Carreras**, destinado a fortalecer las habilidades esenciales para el desarrollo de potenciales, capacitó a más de 120 potenciales en 2025 para asumir nuevos desafíos en el negocio.

La plataforma de UniMarcopolo ofrece más de **200 cursos en línea** de forma gratuita para todos los colaboradores, que cubren temas técnicos, de comportamiento y de contenido alineados con las necesidades estratégicas del negocio, con más de 15.000 accesos en 2025. La plataforma también ofrece un **Programa de Idiomas**, enfocado en aumentar el dominio del inglés y el español para equipos con operaciones globales.

La empresa mantiene desde 1990 la **Escuela de Formación Profesional Marcopolo (EFPM)**, que prepara a jóvenes aprendices de la comunidad de Caxias do Sul. En 2025, EFPM capacitó a 79 profesionales en el curso de ensamblador de vehículos de motor, habiendo seleccionado a otros 100 jóvenes para el período 2026. Al cumplir 35 años de trayectoria, EFPM también inició actividades en la Unidad São Mateus, con la contratación de 38 estudiantes de la comunidad local. El curso se realiza en alianza con el SENAI (Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial) y, en el caso de Caxias do Sul, también con la Fundación de Asistencia Social (FAS).



Inauguración de la EFPM en la unidad de São Mateus



Capacitación en Brasil



Desarrollo de Liderazgo Marcopolo Argentina



Derechos Humanos y Relaciones Laborales

Marcopolo se compromete a garantizar que los derechos humanos básicos se apliquen en todas sus operaciones en Brasil y en el extranjero. La Política de Derechos Humanos está registrada en el Código de Conducta, cubriendo los siguientes temas: trabajo infantil, trabajo esclavo, salud y seguridad, libertad de asociación, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, compensación y forma de reparación.

Los colaboradores de todas las unidades tienen derecho a asociarse libremente con entidades sindicales que representen las categorías profesionales a las que pertenecen, con el reconocimiento de la empresa.

En Brasil, el 100% de los colaboradores están cubiertos por convenios colectivos y, en el extranjero, la afiliación depende de la categoría profesional. La empresa busca mantener una relación de respeto y aprecio con las diversas entidades sindicales a través de los representantes de ambas partes.



Sistema de Gestión de Salud y Seguridad

El cuidado de la salud y la seguridad de los colaboradores es un compromiso de las empresas de Marcopolo. El Sistema de Gestión de Salud y Seguridad de Marcopolo Brasil está certificado por ISO 45001. Las unidades en el extranjero siguen la legislación aplicada localmente, con equipos especializados actuando en todas las plantas. Los indicadores de estos procesos son evaluados periódicamente por la Gestión. La empresa invierte continuamente

en sistemas de protección y prevención, con el objetivo de reducir los riesgos y riesgos laborales y la ocurrencia de accidentes de trabajo en todas sus unidades. Los colaboradores también reciben capacitación sobre seguridad en el desempeño de sus actividades, en la operación de maquinaria y equipos y en el uso de Equipos de Protección Personal (EPP) y Equipos de Protección Colectiva (EPC), de acuerdo con sus necesidades.





Gestión de Salud

La empresa cuenta con clínicas ambulatorias de asistencia y atención médica ocupacional para sus colaboradores en todas las unidades en Brasil y en el extranjero. En las unidades de Caxias do Sul, la compañía también cuenta con cabinas de telemedicina, donde el colaborador puede recibir atención médica por telemedicina con médicos de seguros de salud. Los colaboradores y sus familias de las unidades brasileñas tienen el beneficio de un convenio de asistencia médica y odontológica. Además, algunas unidades en el extranjero, como Argentina y México, también ofrecen seguro de salud.

En 2025, se implementó el **Programa de Salud Mental Colectiva** en las unidades de Brasil, en línea con las actualizaciones de la Norma Reguladora NR-01. También se ofreció gimnasia laboral para las áreas de mano de obra indirecta, fortaleciendo las prácticas de promoción de la salud.

A lo largo del año, se llevaron a cabo varias iniciativas de atención y prevención, como campañas para fechas temáticas como **Enero Blanco, Septiembre Amarillo, Octubre Rosa y Noviembre Azul**, cubriendo tanto unidades brasileñas como algunas operaciones en el exterior.

Además, se promovieron campañas de **Donación de Sangre y Vacunación**, y se mantuvieron **salas de apoyo a la lactancia materna** en las unidades de Caxias do Sul, asegurando una estructura adecuada para los colaboradores al regresar de la licencia de maternidad.

Marcopolo cuenta con un equipo multidisciplinar, formado por médicos, enfermeras, fisioterapeutas y otros profesionales de la salud y el bienestar. El seguimiento de los indicadores de salud se realiza de acuerdo con los programas específicos definidos por la legislación de cada país.

En Brasil, este monitoreo está establecido por la Norma Reguladora NR-07, que cubre el Programa de Control Médico de Salud Ocupacional (PCMSO) y el Programa de Conservación de la Audición (PCA). Los datos de salud sirven como referencia para las acciones de los programas de prevención y bienestar colectivos, mantenidos confidenciales de acuerdo con la legislación de protección de

datos de cada país. Los casos de enfermedades profesionales son evaluados por un equipo especializado en cada unidad de la empresa y se toman acciones preventivas y correctivas de acuerdo con las necesidades identificadas. El proceso de evaluación utiliza como referencia un protocolo de investigación y vínculo causal.



Charla sobre el Noviembre Azul - Marcopolo México



Caminata por el Octubre Rosa - Marcopolo Argentina



Acción del Septiembre Amarillo (Salud Mental) - Marcopolo Brasil



Lanzamiento de la Cultura del Cuidado - Marcopolo Colombia



Gestión de la Seguridad

Los equipos especializados en seguridad trabajan junto con otras áreas para identificar, eliminar o minimizar la exposición de los colaboradores a los riesgos, con el fin de proporcionar un ambiente seguro y saludable.

La empresa ofrece sistemas de protección individual y colectiva para colaboradores de todas las unidades según el área de operación y función. También se incluyen visitantes y terceros, según sea necesario. Las plantas industriales cuentan con una señalización adecuada para cumplir con los requisitos de seguridad y riesgo ambiental.

Algunas de las herramientas utilizadas en la gestión de la seguridad son los Diálogos de Seguridad, las Inspecciones en los sectores, el Blitz de vehículos y el Registro de Incidentes de Trabajo (RIT), que es un canal digital para la identificación de condiciones de riesgo, que puede ser utilizado de forma anónima o identificada.

Los miembros de las Comisiones Internas de Prevención de Accidentes (CIPA) y del Equipo Interno de Combate de Incendios (EICI) apoyan en la realización de inspecciones de seguridad en los diversos entornos de la empresa, identificando puntos de mejora.

La identificación de peligros/situaciones peligrosas y la evaluación y cuantificación de riesgos se realiza en todos los puestos de trabajo operativos, en función de las descripciones de trabajo. Las hojas de cálculo de peligros y daños, recomendadas por ISO 45001, se actualizan cada vez que hay cambios en el proceso de producción, cambio de diseño o cualquier accidente laboral. Las acciones para mitigar y reducir estos riesgos se abordan con planes de trabajo específicos.

La información de salud y seguridad se divulga a los colaboradores a través de la red ViaPolo y por los gestores en las reuniones de *Shop Floor* y otras reuniones de área.

También se realiza una capacitación general de seguridad y una capacitación específica para ciertas funciones, según lo definido por las Normas Reguladoras (NR). Estas capacitaciones están dirigidas a nuevos colaboradores, los colaboradores que cambian de cargo y para reciclaje.

En el exterior, las acciones de prevención son similares a las desarrolladas en Brasil, con la debida adaptación a la realidad y legislación local. Todas las unidades realizan acciones enfocadas a la difusión de la cultura de seguridad, con el objetivo de aumentar la percepción de los colaboradores para la prevención de riesgos.



Acción de concientización sobre seguridad vial para motociclistas en Caxias do Sul



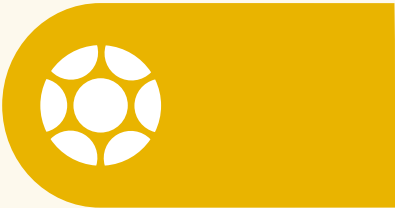
Semana Interna de Prevención de Accidentes (SIPAMAR) Marcopolo Brasil



Jornada de Seguridad y Salud Marcopolo México



Equipo Interna de Combate de Incendios (EICI) Marcopolo Brasil



05

RELACIONES
CON LAS PARTES
INTERESADAS

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



Visión General

Marcopolo mantiene una relación basada en la transparencia, el respeto y la confianza con sus principales grupos de interés, que incluyen clientes, inversores, proveedores, una red de representantes y distribuidores, fabricantes de chasis y la comunidad en general. La relación con los colaboradores se aborda específicamente en el Capítulo 4 de este informe.

Para promover el acercamiento y el diálogo continuo con los clientes y el público en general, la empresa utiliza varios canales de comunicación, como el Servicio de Atención al Consumidor (SAC – 0800) y las plataformas digitales. Las marcas que conforman el ecosistema empresarial de Marcopolo utilizan sus propios canales de comunicación, alineados con sus estrategias, audiencias y mercados, observando las directrices de comunicación corporativa.

La presencia en medios digitales permite una interacción permanente con diferentes audiencias, contribuyendo al fortalecimiento de la reputación de las marcas y productos de Marcopolo.



Relación con Clientes

La satisfacción del cliente es uno de los valores de Marcopolo, y son la razón de su existencia. La empresa se esfuerza por identificar qué crea valor para el cliente ofreciendo productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas.

Además de los canales de comunicación, la relación con los clientes también se lleva a cabo a través de la red de representantes y concesionarios, que ayudan a compartir información y desarrollar acciones periódicas centradas en la aproximación.

La satisfacción del cliente se evalúa periódicamente a través de encuestas específicas realizadas por las áreas Comercial, Calidad y Postventa. La información recopilada se utiliza para orientar mejoras en procesos y productos, sirviendo como fuente de acciones en las áreas de ingeniería comercial y de desarrollo.

El área de Postventa realiza acciones de capacitación en la operación y mantenimiento de productos para clientes, representantes y concesionarios de las marcas Marcopolo, Volare y Neobus. Estas capacitaciones mantienen a los equipos de campo capacitados para realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de los productos, además de compartir conocimientos sobre las nuevas tecnologías integradas. Las unidades en el extranjero también realizan capacitaciones para sus clientes locales, que pueden realizarse en formato presencial y a distancia (EAD).

CAPACITACIÓN PARA CLIENTES 2025 (PRESENCIAL Y ONLINE)		
MERCADO	NÚMERO DE PARTICIPANTES	HORAS DE CAPACITACIÓN
Interno	262	3.364
Externo	1.264	10.136



Convención de Ventas Volare



Lanzamiento del Attivi Articulado BYD
Marcopolo Colombia



Expoforo en México



Capacitación para clientes
Marcopolo Brasil



Entrega de Volare al
cliente Dargil



Entrega de producto al
cliente Lindetur Brasil

Relaciones con Inversores

La Compañía practica un trato justo e igualitario a todos los accionistas minoritarios, ya sean del capital u otras partes interesadas (*stakeholders*). En la divulgación de información, utiliza altos estándares de transparencia, buscando establecer un clima de confianza, tanto internamente como en las relaciones de la empresa con terceros.

En 2025, la Compañía celebró una reunión con la Asociación de Analistas y Profesionales de Inversiones en el Mercado de Capitales (APIMEC), participó en varias conferencias y *non-deal roadshows* promovidos por instituciones financieras en Brasil y en el extranjero, y atendió a analistas e inversionistas. La Compañía también celebró su *investor day* presencial, con transmisión en vivo a través de su canal oficial de YouTube.

El sitio web de Relaciones con los Inversionistas de Marcopolo (ri.marcopolo.com.br) ha actualizado el contenido para servir al público inversionista.



Relación con Proveedores

La relación de Marcopolo con la cadena de suministro abarca el desarrollo de proveedores y materiales, la negociación de condiciones comerciales, el seguimiento y control durante el proceso de suministro de los requisitos de calidad, lineamientos de entrega y *compliance* previamente negociados, además del apoyo y gobernanza del desempeño del propio proceso de compra.

El principal medio de comunicación con la cadena de suministro es la página web denominada Portal del Proveedores Marcopolo, donde se realiza el intercambio de información y documentos relativos a los procesos de registro, segmentación, selección,

contratación, seguimiento de suministros y compras. Acceso en: portaldefornecedores.marcopolo.com.br

Desde 2024, la compañía desarrolla un proyecto de *Global Sourcing*, con el objetivo de establecer una mayor sinergia de sus procesos de compras internacionales, así como obtener una ventaja competitiva a través de una gobernanza integrada.

La cadena de suministro se distribuye entre proveedores ubicados en la misma región que las unidades industriales y proveedores de otras regiones o países.

DISTRIBUCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO 2025 (%)							
PAÍS DE UBICACIÓN DE LA UNIDAD	BRASIL	SUDÁFRICA	ARGENTINA	AUSTRALIA	CHINA	COLOMBIA	MÉXICO
Proveedores en la región del país donde se encuentra la empresa	61%	95%	45%	64%	72%	60%	21%
Proveedores de otras regiones	36%	4%	25%	30%	27%	34%	40%
Proveedores de otros países	3%	1%	30%	6%	1%	6%	39%

Relación con las Comunidades

Marcopolo se compromete a contribuir al desarrollo de las comunidades donde opera. Todas las unidades en Brasil y en el extranjero buscan llevar a cabo acciones que puedan involucrar a las personas de su entorno, como conferencias en las escuelas, fomento del voluntariado, donaciones a instituciones sociales y apoyo en situaciones de emergencia.



Donación de un autobús a Hogar de Niños Epworth
Marcopolo Sudáfrica



Entrega de donación
al Instituto de la Mujer
Marcopolo México



Fundación Marcopolo

La Fundación Marcopolo desarrolla programas de estructuración para el desarrollo de ciudades y comunidades relacionadas con Marcopolo. Fundada en 1998, la Fundación Marcopolo es una organización sin fines de lucro que opera en cinco pilares fundamentales: educación, cultura, deporte, hacer el bien y sinergia social.

Su principal responsabilidad es empoderar a las ciudades y amplificar los talentos de sus estudiantes, trabajando en sinergia con socios de la misma vocación: empresas, entidades gubernamentales, otras fundaciones y cualquier iniciativa dedicada a promover un mundo mejor.



PILAR EDUCACIÓN

El enfoque de este pilar es la formación de la ciudadanía a través de programas de desarrollo para jóvenes y profesores. En 2025, más de 50.000 estudiantes de escuelas públicas se beneficiaron de programas educativos. Actividades como la **Muestra Científica** y el **Periodista Por un Día** movilizaron a estudiantes y docentes de toda la Serra Gaúcha, con el objetivo de ampliar la discusión sobre temas emergentes de la actualidad, como el pensamiento científico, la escritura creativa y la sostenibilidad.



Muestra Científica en Caxias do Sul



Concurso de Periodistas por un Día en Caxias do Sul

La **Escuela Marcopolo de Creatividad**, que se encuentra en su cuarto año, generó una oportunidad de participación para más de 400 jóvenes de Caxias do Sul (RS) y São Mateus (ES), a través de talleres realizados fuera del horario escolar. Las actividades incluyen física, biología, pensamiento computacional, escritura creativa, cine, música, ilustración, diseño, moda, sostenibilidad y laboratorios de reciclaje, entre otros.



Escuela Marcopolo de Creatividad en Caxias do Sul



PILAR CULTURAL

Considerando la cultura como motor de transformación social, la Fundación Marcopolo promueve actividades que amplían el repertorio y fortalecen el vínculo con la comunidad. En 2025 se inauguró la **Biblioteca Parque Fundación Marcopolo**, un nuevo espacio de la Escuela de Creatividad Marcopolo, un lugar abierto a la comunidad, diseñado como un entorno de convivencia, acceso al conocimiento e intercambios culturales.



Inauguración de la Biblioteca Parque en Caxias do Sul

En Caxias do Sul, las asociaciones permitieron proyectos como el **Cine de Verano**, el **Cine en las Escuelas**, **Tratado de Paz**, **Historias y Gaitas**, **Pasaporte Caxias**, **Festival Especial** (dedicado a las personas con discapacidad), **Girando Historias** y **la Feria del Libro**. En São Mateus, iniciativas como el **Centro Cultural Araçá** atienden a cientos de personas. Estos proyectos se llevan a cabo a través de recursos de leyes de incentivos en asociación con directores y productores de la sociedad civil y tienen como objetivo la inclusión a través del arte y la cultura, ampliando el repertorio de la ciudad y sus ciudadanos.



Centro Cultural Araçá en São Mateus

PILAR DEPORTIVO

La **Sede Recreativa** en Caxias do Sul está equipada con uno de los mejores complejos deportivos de Rio Grande do Sul, donde se llevan a cabo varias actividades de interés público en asociación con instituciones municipales y estatales. Desde 2022, la Sede Recreativa genera su propia energía a través de un sistema fotovoltaico, reduciendo el consumo de energía en más del 80%.

Las **escuelas deportivas** de voleibol, fútbol y balonmano se llevan a cabo a través de alianzas y recursos de la propia Fundación Marcopolo, ofreciendo 500 plazas gratuitas para estudiantes de escuelas públicas e hijos de colaboradores.

Además, la Fundación promueve un calendario anual de **juegos y torneos** con 19 deportes, atendiendo aproximadamente a 3.000 participantes, promoviendo la salud y el bienestar de sus colaboradores y familias. En 2025, se llevaron a cabo proyectos como **Copa Zona Norte**, **Copa Fundación Marcopolo** y otros campeonatos como **fútbol**, **fútbol sala** y **fútbol siete** con la participación de unos 2.500 jóvenes de todo el municipio de Caxias do Sul.



Torneo Interno Marcopolo Brasil



Torneo Copinha Zona Norte



PILAR SINERGIA SOCIAL

El Programa **El Futuro que Queremos** es un ciclo de debates y eventos que promueve reflexiones sobre posibles futuros en los temas de medio ambiente, educación, movilidad urbana y vida en las ciudades. En 2025, más de 10.000 personas participaron en las actividades del programa, fortaleciendo el diálogo y la participación en torno a estos temas estratégicos.

PILAR HACER EL BIEN

En 2025, la Fundación Marcopolo realizó **donaciones de equipos y materiales a las escuelas públicas**, beneficiando directamente a las unidades docentes a través de la entrega de electrodomésticos para las cocinas escolares, insumos para actividades comunitarias y la donación de libros y juguetes. Las acciones también incluyeron el apoyo a diversas instituciones de asistencia social en diferentes municipios.



Donación de libros a escuela en Caxias do Sul

A través del **Proyecto Acoger**, la Fundación garantizó la atención psicológica especializada a 50 niños, niñas y adolescentes albergados en hogares y albergues, con seguimiento individual orientado al bienestar emocional, al desarrollo saludable y al fortalecimiento de vínculos y habilidades sociales.

FIESTAS

La Fundación Marcopolo contribuye a las celebraciones festivas de Marcopolo y las comunidades donde opera, como **Entrevero** (tres días de celebración de las tradiciones de Rio Grande do Sul), **Fiesta de São João** y **Fiesta de Navidad**. Más de 80.000 personas participaron en estos eventos, incluidos colaboradores, familiares, socios y comunidades.



Entrevero Marcopolo en Caxias do Sul



Fiesta de São João en São Mateus



Premios y Reconocimientos

En 2025, Marcopolo recibió varios premios y reconocimientos por su desempeño en diferentes campos de la sociedad.

FEBRERO

Premio Lotus 2025 - Editora Frota & Cia

- 1. Marca de carrocería interurbana: MARCOPOLO
- 2. Marca del microbús: VOLARE

MARZO

Marcas de Quién Decide 2025 - Jornal do Comércio

Marcopolo es líder en la categoría Fábrica de Autobuses y es reconocida como Marca Gaucha Innovadora y Gran Marca Gaucha del Año.

MAYO

Premio Empresas del Año - Tribuna do Cricaré

Marcopolo fue elegida por su contribución relevante al desarrollo de São Mateus y Espírito Santo, a través de la generación de miles de empleos y su producción industrial, agregando tecnología y valor a la economía de São Mateus y Espírito Santo.

JULIO

Campeonas de la innovación - Revista Amanhã

Destacado por el lanzamiento de NOMADE: innovación sobre ruedas: Marcopolo se convierte en pionera en Brasil al ofrecer el primer modelo integral compacto de motorhome producido en el país y se lleva el título de campeón en procesos de innovación

AGOSTO

52º Premio de Exportación RS - ADVB/RS

Destaque Branding Internacional.

SEPTIEMBRE

Premio Gazeta Empresarial de São Mateus - Rede Gazeta

Marcopolo ocupó el primer lugar en cinco categorías en la encuesta cuantitativa realizada con los residentes de São Mateus, consolidando su liderazgo de imagen local.

Ranking Valor 1000 - Jornal Valor Econômico

La compañía se ubica como la 158ª empresa más grande del país (29 puestos más que el año anterior) y la 29ª empresa más grande de la Región Sur, entre las 50 del Sur, 8 puestos más.

Mejores y Mayores de Exame - Revista Exame

Marcopolo fue mencionada entre las 200 más grandes de Brasil en 2025, ocupando el puesto 169 y mantiene la referencia sectorial en el Top 5 de Bienes de Capital y Electrónica, en el 4º lugar. En comparación con 2024, la compañía subió 29 posiciones en el ranking general que evalúa a 1.000 empresas.

OCTUBRE

500 Mayores del Sur - Revista Amanhã

- 1. 2º puesto en la categoría de Automotriz
- 2. 10º puesto en Ingresos Netos en RS
- 3. 11º lugar en Patrimonio Neto en RS
- 4. 11º lugar entre los 100 más grandes de RS
- 5. 32º en general, subió 2 lugares año tras año

Premio AutoData 2025 - Revista AutoData

Empresa del año y ganadora en la categoría de Cadena Automotriz Extendida.

Premio TOP 30 – Las Mejores Empresas de Brasil - Revista Veja

Marcopolo es la ganadora, en la categoría de Vehículos y Autopartes, del Top 30 Empresas en Brasil 2025. El logro de Marcopolo en el Top 30 Empresas en Brasil 2025, promovido por VEJA Negócios en asociación con Austin Rating, es un reconocimiento técnico y de gran prestigio, que respalda públicamente el modelo de negocio de la compañía, su fortaleza financiera y su impacto estratégico en la economía nacional.

NOVIEMBRE

Premio Mayores y Mejores del Transporte - Revistas Transporte Moderno y Technibus, de Editora OTM

- 1. El mejor entre los más grandes del sector de CARROCERÍAS DE AUTOBUSES
- 2. Lo mejor entre lo mejor – INDUSTRIA DEL TRANSPORTE

Premio al Medio Ambiente y la Innovación - Otorgado por WA Bus Show para Marcopolo Australia

Reconocimiento por su compromiso con la construcción de soluciones de transporte más limpias y sostenibles a través de la mejora continua y la innovación.



Premio de Medio Ambiente y Inovación concedido a Marcopolo Australia



Participaciones en Asociaciones

Marcopolo participa en las siguientes asociaciones, que contribuyen a su desempeño en los negocios en los que opera.

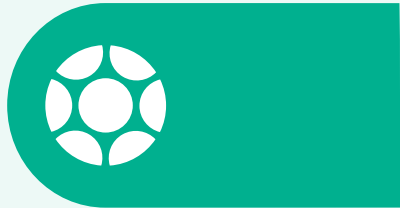
BRASIL	
ASOCIACIÓN	SITIO
Asociación del Acero de RS (AARS)	www.aars.com.br
Asociación Serrana de Recursos Humanos (ARH Serrana)	arhserrana.com.br
Asociación Nacional de Transporte Público (ANTP)	www.antp.org.br
Asociación Brasileña de la Industria Ferroviaria (ABIFER)	abifer.org.br
Asociación Brasileña de Vehículos Eléctricos (ABVE)	www.abve.org.br
Asociación de los analistas y profesionales de inversiones del mercado de capitales (APIMEC)	www.apimecbrasil.com.br
Cámara Americana de Comercio para Brasil (AmCham)	www.amcham.com.br
Cámara de Industria, Comercio y Servicios de Caxias do Sul (CIC Caxias)	ciccaxias.org.br
Centro de las Industrias del Estado de RS (CIERGS)	www.fiergs.org.br/tags/ciergs
Consejo Regional de Ingeniería y Agronomía del Estado de Rio Grande do Sul (CREA-RS)	www.crea-rs.org.br
Asociación Nacional de Fabricantes de Autobuses (FABUS)	www.fabus.com.br
Instituto Caldeira	institutocaldeira.org.br
Instituto Hélice	helice.network
Instituto Brasileño de Ejecutivos de Finanzas (IBEF)	ibef.org.br
Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa (IBGC)	www.ibgc.org.br
Sindicato de la Industria Metalúrgica y de Materiales Eléctricos de Caxias do Sul (SIMECS)	simecs.com.br
Unión Interestatal de la Industria de Materiales y Equipos Ferroviarios y Viales (SIMEFRE)	simefre.org.br
Sindicato de Industrias de Materiales Plásticos del Noreste del Gaúcho (SIMPLAS)	www.simplas.com.br/home

SUDÁFRICA	
ASOCIACIÓN	SITIO
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

AUSTRALIA	
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 Transportistas Turísticos (ANTT)	antt.org.mx



06

GESTIÓN 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



Visión General

Marcopolo mantiene la Sostenibilidad como uno de sus Valores, reconociendo que el equilibrio entre desarrollo económico, preservación ambiental y bienestar social es fundamental para asegurar un futuro resiliente. En 2025, la empresa consolidó iniciativas dirigidas a una gestión responsable, reforzando su compromiso con la minimización de los impactos ambientales y el uso eficiente de los recursos naturales, además de fortalecer la cultura interna de conciencia socioambiental.

El desempeño en las unidades industriales se guía por el cumplimiento de la legislación aplicable en cada país donde Marcopolo está presente, así como por la búsqueda continua de las mejores prácticas de mercado. La empresa mantiene sólidos controles para la prevención, mitigación y seguimiento de los impactos derivados de sus actividades, incluyendo el monitoreo sistemático de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y los indicadores ambientales estratégicos.

La concientización de los colaboradores siguió siendo un eje central de la gestión ambiental en 2025. A través de campañas internas, capacitaciones y comunicaciones periódicas, se reforzaron las instrucciones para la correcta segregación y disposición de residuos, la reducción de residuos y el uso responsable de los recursos naturales, como el agua, la energía y las materias primas. Estas acciones contribuyen a fortalecer la comprensión del papel individual en la preservación del medio ambiente y estimulan prácticas sostenibles que se extienden más allá del entorno laboral, llegando a las familias y las comunidades.

En Brasil, el Sistema de Gestión Ambiental de Marcopolo está certificado por la norma ISO 14001, con auditorías internas y externas que demuestran su eficacia y el cumplimiento de los requisitos aplicables.

En 2025, la compañía continuó monitoreando el indicador de cumplimiento de recolección selectiva, reforzando su compromiso con el reciclaje, la logística inversa, la economía circular y la reducción de costos relacionados con la disposición final. El indicador, que abarca más de 60 tipos de residuos segregados, alcanzó el 89% en las plantas brasileñas, superando el objetivo mínimo del 85% de cumplimiento. Este resultado está en línea con los temas prioritarios identificados en la Matriz de Materialidad, reafirmando la relevancia de la gestión de residuos como factor estratégico para la sostenibilidad.



Inversiones en Gestión Ambiental

Las inversiones en iniciativas de gestión ambiental en Brasil y en unidades en el extranjero en 2025 totalizaron R\$ 11.818.084,93*, distribuidas de la siguiente manera:

INVERSIONES EN INICIATIVAS DE GESTIÓN AMBIENTAL	BRASIL	EXTRANJERO*
Tratamiento y Transporte de Residuos	R\$ 8.935.707,41	R\$ 2.882.377,22
Tratamiento de efluentes		
Despesas Financeiras		
Análisis/Monitoreo (efluentes, residuos, emisiones, fauna, flora, agua y suelo)		
Tasas (impuestos, anualidades...)		
INVERSIÓN TOTAL	R\$ 11.818.084,93	

*Cotización USD/BRL: 5,6334



Energía

Las unidades de Marcopolo en Brasil permanecen en el Mercado Libre de Energía y, desde 2014, forman parte del Programa de Perfil Sostenible, que da cuenta de la cantidad de gases de efecto invernadero (GEI) que ya no se emiten debido a la adquisición de energía renovable en el Ambiente de Contratación Libre (ACL). La empresa reafirma su apuesta por un futuro más sostenible mediante el consumo de energía procedente de fuentes renovables. Durante el año 2025, las unidades brasileñas evitaron emitir 3.328 tCO2e. Marcopolo Colombia (Superpolo) comenzó a utilizar paneles solares en su planta de Cota, lo que resultó en un ahorro energético anual del 11% en esa ubicación. En otras unidades en el extranjero, se utiliza la electricidad suministrada por los concesionarios locales.

La empresa también utiliza otros combustibles para generar energía, con un 57,92% procedente de fuentes renovables y un 42,08% de fuentes no renovables. Las siguientes tablas muestran el uso de recursos energéticos por parte de la empresa en Brasil y en el extranjero.

CONSUMO DE COMBUSTIBLE POR TIPO DE FUENTE

COMBUSTIBLES DE FUENTES NO RENOVABLES (Gigajoules - Gj)		
TIPO DE COMBUSTIBLE	BRASIL	EXTERIOR
Gas Natural	116.864	24.184
GLP	9.377	3.618
Diésel	54.221	18.764
Gasolina	976	831
TOTAL	181.438	47.397

COMBUSTIBLES DE FUENTES RENOVABLES (Gigajoules - Gj)		
TIPO DE COMBUSTIBLE	BRASIL	EXTERIOR
Energía Eléctrica Renovable	249.772	25.783
TOTAL	249.772	25.783
TOTAL GENERAL	431.210	73.180



Inauguración de paneles solares en Marcopolo Colombia – planta de Cota

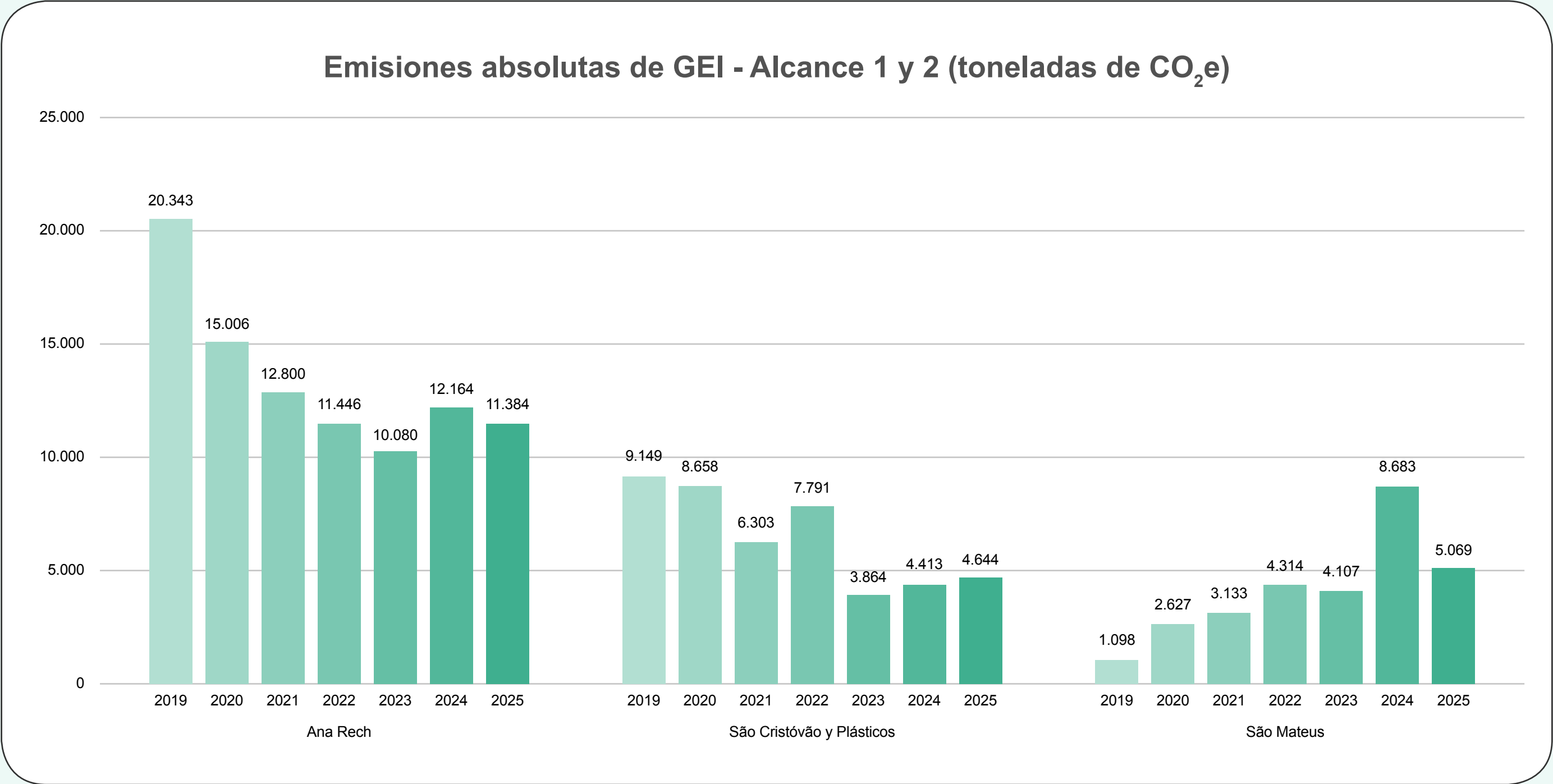


Emisiones

La organización monitorea y gestiona sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en las unidades brasileñas de acuerdo con el *GHG Protocol*, contemplando emisiones directas (Alcance 1) y emisiones indirectas asociadas al consumo de energía comprada (Alcance 2), reforzando la transparencia de su información ambiental.

Marcopolo Brasil recibió un reconocimiento ambiental al ser certificada por la Fundación Proamb durante la segunda edición del programa Proamb ReCO2nhece 2026. El premio destaca a las empresas que adoptan prácticas sostenibles y pueden demostrar técnicamente resultados efectivos en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. El Certificado de Emisiones Evitadas es un reconocimiento técnico que acredita, según una metodología internacional (Protocolo de GEI y directrices del IPCC), la cantidad de gases de efecto invernadero (GEI) que se evitó que se emitieran a la atmósfera. Este resultado es consecuencia directa del destino de los residuos sólidos industriales para el coprocesamiento, una técnica utilizada en la industria cementera que reemplaza los combustibles fósiles, como el coque de petróleo, con residuos ricos en energía, denominados CDR (Combustible Derivado de Residuos). En el caso específico del proyecto de la Fundación Proamb, aliada de Marcopolo, esta sustitución resultó en una reducción de más del 15 % en las emisiones de CO₂ en comparación con la quema de combustibles fósiles tradicionales. De esta forma, para 2025, Marcopolo habrá dejado de emitir 25 tCO₂e al enviar residuos industriales para su coprocesamiento a este socio.

La información presentada a continuación se refiere a las emisiones absolutas de las unidades Ana Rech, São Cristóvão/ Plásticos y São Mateus, en el período de 2019 a 2025, expresadas en toneladas de dióxido de carbono equivalente (tCO₂e). El siguiente gráfico muestra la serie histórica de emisiones desde el primer inventario, realizado en 2019, lo que permite un análisis comparativo de la evolución de los resultados para las unidades de Marcopolo Brasil.



En el período analizado, de 2019 a 2025, de manera general hubo una reducción relevante en las emisiones absolutas de GEI (Alcances 1 y 2) en comparación con el año base, especialmente hasta 2023, seguida de fluctuaciones en años más recientes, principalmente asociadas con la dinámica operativa y el nivel de actividad de las

unidades. Las emisiones consolidadas reflejan tanto las acciones estructurales de eficiencia energética y gestión del combustible, como los efectos cíclicos relacionados con las variaciones en la producción y la reorganización de los procesos de producción.



Agua y Efluentes

En las unidades brasileñas de Caxias do Sul (RS), el suministro de agua es realizado por el concesionario local. En la Unidad Ana Rech, parte del agua utilizada en procesos industriales proviene de dos pozos artesianos debidamente regularizados con el Departamento de Recursos Hídricos (DRH). En la Unidad São Mateus (ES), todo el suministro de agua se obtiene exclusivamente a través de un pozo artesiano. En las unidades internacionales, el abastecimiento de agua es realizado por las concesionarias locales de cada región. La siguiente tabla muestra el origen del agua consumida en 2025:

VOLUMEN TOTAL DE AGUA EXTRAÍDA POR FUENTE (en Megalitros)	AGUA SUBTERRÁNEA	AGUAS DE TERCEROS
Brasil	153	134
Exterior	6	37
TOTAL DE AGUA EXTRAÍDA	330	

En 2025, el consumo total de agua de las unidades de Marcopolo fue de 330 Megalitros, como se muestra en la tabla anterior. La empresa trata todos los efluentes generados. El volumen de agua descargada en las unidades brasileñas fue de 129 Megalitros. En las unidades donde no hay un sistema de tratamiento interno, los efluentes se envían para su tratamiento externo o para cumplir con los parámetros de la legislación local.

Marcopolo avanza continuamente en la adopción de prácticas de consumo conscientes del agua, tanto en sus procesos productivos como en la tecnología incorporada en sus vehículos.

En las unidades de fabricación destacan los sistemas de recirculación y reutilización en las pruebas de estanqueidad, cabinas de pintura y líneas de tratamiento de superficies, además del proyecto de reutilización total en ejecución en la Unidad São Mateus (ES), que permitirá el pleno aprovechamiento del efluente tratado. Estas iniciativas reducen la necesidad de extracción de agua potable, reducen la generación de efluentes y aumentan la eficiencia operativa.

En vehículos, la compañía incorpora soluciones innovadoras que aprovechan el agua de la condensación del aire acondicionado para abastecer la boquilla del parabrisas y los sistemas sanitarios, reduciendo el consumo de agua durante la operación. Con estos avances, Marcopolo refuerza su compromiso con la sostenibilidad del agua, la innovación y la gestión eficiente de los recursos naturales.



Estación de Tratamiento de Efluentes (ETE) Unidad São Mateus



Materiales y Residuos: Proceso Productivo

La fabricación de carrocerías de autobuses implica el uso de más de nueve mil artículos producidos a partir de diversas materias primas, incluidas aleaciones metálicas, plásticos nobles, recubrimientos textiles, fórmicos, laminados de fibra de vidrio, madera, vidrio, caucho, espumas, componentes electrónicos, pinturas, disolventes y adhesivos. El alto nivel de personalización de las carrocerías, característica fundamental del modelo de negocio de Marcopolo, impacta directamente en la estandarización de procesos y se traduce en importantes niveles de pérdidas de material a lo largo de la producción.

En las unidades de Caxias do Sul, los residuos sólidos se almacenan inicialmente en Centros de Residuos y luego se envían a la Unidad de Procesamiento de Residuos (UPR), responsable de la gestión continua e integrada de los residuos industriales. La UPR es un punto destacado en la operación para priorizar la reducción de la eliminación en vertederos, agregar valor a los materiales, optimizar la clasificación, identificar los residuos y promover la reutilización y el reciclaje. Además, desde la internalización de la UPR en la unidad Ana Rech en 2023, también se ha producido una optimización en la logística de transporte de estos residuos, culminando consecuentemente en reducciones de las emisiones atmosféricas implicadas en este proceso.

En 2025, en las plantas productivas de Brasil, hay una reducción de más del 9% en la cantidad de residuos enviados a vertederos en comparación con 2024. En las plantas de Caxias do Sul (RS), donde existe el proceso de UPR, se observó una reducción de más del 25%. Estas acciones aumentan el valor agregado de los residuos, fortalecen el reciclaje y mitigan los riesgos ambientales.

Los residuos peligrosos siguen una eliminación ambientalmente racional, incluido el coprocesamiento en hornos de clinker de la industria del cemento, procesos específicos de descontaminación o reciclaje, cuando sea técnicamente factible.

En las unidades internacionales se utilizan las soluciones tecnológicas disponibles en cada país, priorizando, siempre que sea posible y económicamente factible, alternativas como el reciclaje, la reutilización térmica o la destrucción total, evitando su eliminación en vertederos.



Equipo de la Central de Residuos Unidad Ana Rech

PORCENTAJE DE RESIDUOS DESTINADOS		
TIPO DE DESTINO	BRASIL	EXTERIOR
Reciclaje Externo	66,9%	50,2%
Coprocesamiento	11,0%	2,1%
Vertedero	9,3%	26,9%
Descontaminación	1,7%	0,1%
Compostaje	0,3%	0,0%
Reciclaje para uso interno	0,8%	0,0%
Incineración	0,0%	3,0%
Reutilización de energía	9,2%	0,0%
Otros	0,9%	0,0%



Reutilización y Reciclaje

En 2025, la empresa logró un resultado de cumplimiento del 89% en la recolección selectiva, superando el objetivo estipulado del 85% de cumplimiento. Este objetivo se monitorea mensualmente, incentivando a los colaboradores a segregar correctamente los residuos en origen, con el fin de maximizar el uso de materiales y el reciclaje.



Semana del Medio Ambiente en Caxias do Sul



Celebración del Día Mundial del Medio Ambiente en Marcopolo México

En el Día Mundial del Medio Ambiente, celebrado el 5 de junio, las unidades de Marcopolo en Brasil promovieron acciones de orientación y compromiso dirigidas al ciclo completo de los residuos generados por la empresa, desde su origen hasta el destino final ambientalmente apropiado. La iniciativa reforzó que la correcta segregación es un compromiso colectivo y esencial para asegurar la eficiencia de los procesos. La campaña destacó que cada residuo tiene un impacto y un destino específicos, y que las actitudes simples en la vida cotidiana, como separarse correctamente en la fuente, contribuyen a reducir los residuos, valorar los materiales y proteger el medio ambiente. En Marcopolo, cada acción individual fortalece el desempeño ambiental de la empresa y apoya la construcción de un camino cada vez más sostenible.



Ciclo de Vida

Marcopolo ha estado desarrollando iniciativas de economía circular, que ya han demostrado impactos positivos en la operación, las relaciones con los clientes y la protección del medio ambiente. Como ejemplos de acciones implementadas, destacamos: la reutilización interna de solventes de limpieza a través de procesos de destilación; el uso de residuos de limaduras de aluminio para la fabricación de moldes; los residuos de perfiles de aluminio se envían para su reprocesamiento en el proveedor y se devuelven para un nuevo uso en el proceso de producción. Además, algunos envases de residuos químicos y de madera también se reintroducen en el ciclo de producción, lo que reduce la demanda de nuevos materiales y estimula la reutilización.

En cuanto a la gestión de residuos, uno de los grandes diferenciales es la Unidad de Procesamiento de Residuos (UPR), que cuenta con procesos de control, clasificación, descaracterización y compactación de residuos industriales. Con más de 60 tipos de materiales segregados del origen, la UPR garantiza el mejor aprovechamiento posible de los residuos generados, aumentando las tasas de reciclaje y reduciendo significativamente el destino de los vertederos.

Estas iniciativas refuerzan la eficiencia operativa de la compañía al reducir costos, optimizar procesos y agregar valor a los materiales. Para los clientes, representan una mayor seguridad, transparencia y alineación con las prácticas de sostenibilidad. Para el medio ambiente, significan menos extracción de recursos naturales, reducción de la generación de residuos y mitigación de riesgos de pasivos ambientales. Mediante la integración de la innovación, la responsabilidad ambiental y la gestión eficiente, Marcopolo refuerza su posición como un punto culminante en la sostenibilidad industrial y avanza constantemente en la transición a un modelo de producción más circular, inteligente y comprometido para el futuro.

Marcopolo mantiene una acción continua en la búsqueda de soluciones que reduzcan los residuos, aumenten el reciclaje y promuevan una mayor eficiencia en sus procesos productivos. Este enfoque integra el compromiso de la empresa con la gestión responsable de los residuos y la mejora continua de su desempeño ambiental. A continuación, se presentan los resultados relativos a la disposición final de los materiales sobrantes del proceso productivo a lo largo de 2025:

DESTINO DE LOS RESIDUOS GENERADOS (Toneladas)		
RESIDUOS PELIGROSOS	BRASIL	EXTERIOR
Reciclaje externo	674	1.282
Reciclaje interno	91	0
Coprocesamiento	905	116
Descontaminación	502	5
Incineración	0	18
Autoclave	1	0
Vertedero	564	53
Estación de tratamiento	748	0
Confinamiento	0	15
TOTAL	3.485	1.489
RESIDUOS NO PELIGROSOS	BRASIL	EXTERIOR
Reciclaje externo	19.056	2.602
Reciclaje interno	147	0
Coprocesamiento	2.332	0
Compostaje	97	0
Vertedero	2.147	55.864
Tratamiento biológico	139	0
Logística inversa con aluminio	0	23
Reutilización de energía	2.711	0
TOTAL	26.628	58.489

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI*



GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O INFORMACIÓN
2-1	Información sobre la Organización: nombre, productos, marcas, operaciones, mercados	Marcopolo S.A., 9 a 12
2-2	Entidades incluidas en el informe de sostenibilidad	9 a 12
2-3	Periodo y frecuencia de presentación de informes de sostenibilidad e información de contacto	Anual, 4, 64
2-6	Actividades, cadena de valor, relaciones con las partes interesadas	9 a 12, 45 a 53
2-7	Colaboradores: perfil y otra información	35 a 44
2-9	Gobernanza: estructura y composición	13 y 14
2-10	Gobernanza: nombramiento y selección del máximo órgano	13 y 14
2-11	Gobernanza: presidente del máximo órgano	13 y 14
2-12	Gobernanza: el papel del máximo órgano en la supervisión de la gestión del impacto	13 y 14
2-13	Gobernanza: delegación de responsabilidad en la gestión del impacto	13 a 15
2-14	Gobernanza: el papel del máximo órgano en la elaboración de informes de sostenibilidad	4 a 6
2-15	Gobernanza: conflictos de intereses	15 y 16, 20 y 21
2-17	Gobernanza: conocimiento colectivo del máximo órgano	13 y 14
2-19	Gobernanza: políticas de remuneración	15
2-20	Gobernanza: proceso para definir políticas de remuneración	15
2-22	Declaración sobre estrategias de desarrollo sostenible	4 a 6
2-23	Políticas y compromisos: Propósito, Visión, Valores, Gestión Empresarial Integrada, Política de Derechos Humanos	8, 19, 42
2-26	Mecanismos para buscar orientación y plantear inquietudes	20 y 21
2-27	Cumplimiento de leyes y regulaciones	20 y 21
2-28	Participación en asociaciones profesionales	53
2-29	Participación de las partes interesadas	4 y 5
2-30	Convenios de negociación colectiva	42
3-1	Proceso para determinar temas materiales	4 y 5
3-2	Lista de temas materiales	4 y 5
3-3	Gestión de temas materiales	4 y 5
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	30
204-1	Proporción del gasto de los proveedores locales	48
205-2	Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos anticorrupción	20 y 21
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	No hubo casos confirmados de corrupción
302-1	Consumo energético de la organización	57

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O INFORMACIÓN
302-3	Intensidad energética	57
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	59
303-2	Gestión de impactos relacionados con la disposición de agua	59
303-3	Desglose de la extracción total de agua por tipo de fuente, incluidas las zonas con estrés hídrico	59
303-4	Desglose de la descarga total de agua por tipo de fuente, incluidas las zonas con estrés hídrico	59
303-5	Consumo total de agua	59
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI)	58
305-2	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) provenientes de la compra de energía	58
305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	58
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	60 a 62
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	60 a 62
306-3	Residuos generados	60 a 62
306-4	Residuos no destinados a disposición final	60 a 62
306-5	Residuos destinados a disposición final	60 a 62
307-1	Valor monetario de multas significativas y número total de sanciones no monetarias resultantes del incumplimiento de las leyes y/o regulaciones ambientales	No ha recibido ninguna multa derivada del incumplimiento de las leyes o regulaciones ambientales
401-2	Beneficios ofrecidos a los colaboradores a tiempo completo	40
401-3	Licencia por maternidad/paternidad	40
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional implementados	42 a 44
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	42 a 44
403-4	Participación, consulta y comunicación de los trabajadores en materia de salud y seguridad ocupacional	42 a 44
403-5	Formación de los trabajadores en materia de seguridad y salud ocupacional	42 a 44
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	42 a 44
403-8	Trabajadores cubiertos por el sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	42 a 44
404-1	Promedio de horas de formación al año por colaborador	41
405-1	Diversidad y equidad	37
418-1	Número total de quejas fundamentadas sobre violación de la privacidad y pérdida de datos de clientes	No ha recibido multas derivadas del incumplimiento de la Ley General de Protección de Datos (LGPD) en Brasil o equivalentes en el exterior

*Este informe tuvo como base los padrones GRI 2016, 2020 y 2021.



CRÉDITOS

INFORME DE SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS MARCOPOLO 2025

PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO

James Bellini

DIRECTOR EJECUTIVO (CEO)

André Vidal Armaganijan

REALIZACIÓN

Comité de Sostenibilidad
Centro de Normas
Departamento de Comunicación Interna
Departamento de Marketing
Departamento de Medio Ambiente
Departamento de Relaciones con Inversionistas

DISEÑO GRÁFICO

Cyclop Comunicação Estratégica

TRADUCCIÓN/REVISIÓN

Brazil Translations / Central de Traduções / Growth

FOTOGRAFÍA

Archivos de Comunicación y Participación, Marketing, Fundación Marcopolo, Marcopolo Sudáfrica, Marcopolo Argentina, Marcopolo Australia, Marcopolo China, Marcopolo México y Marcopolo Colombia.
DC Multimídia

CONTACTO

Marcopolo S.A.
Av. Rio Branco, 4889 – Bairro Ana Rech – 95.060-145 – Caxias do Sul – RS
Teléfono: +55 (54) 2101-4000
Canal Abierto: www.marcopolo.com.br
Relaciones con Inversionistas: ri@marcopolo.com.br

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todos los colaboradores que contribuyeron a la preparación de este informe.

Esta publicación es responsabilidad de Marcopolo S.A.

Junio de 2026

