

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2024



# SOBRE EL INFORME

## 01

### SOBRE EL INFORME

- 5 Materialidad y Compromiso de las Partes Interesadas
- 6 Mensaje de la Alta Administración

## 02

### GOBERNANZA

- 8 Sobre Marcopolo
- 8 Propósito, Visión y Valores
- 9 Mercados y Negocios
- 12 Estrategia
- 12 Alineación con Unidades del Exterior
- 12 Innovación
- 13 Marcopolo Next
- 14 Marcopolo Motorhome
- 15 Gobernanza
- 15 Composición Accionaria
- 16 Estructura Societaria
- 16 Estructura Organizativa
- 17 Remuneración de los Administradores
- 17 Gestión de Riesgos
- 17 Gestión Integrada del Negocio
- 18 Ética y Compliance
- 19 Canales de Escucha
- 19 Política de Privacidad de Datos Personales

## 03

### DESEMPEÑO FINANCIERO

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

## 04

### GESTIÓN DE PERSONAS

- 34 Conociendo al Equipo Marcopolo
- 35 Relación con los Colaboradores
- 36 Satisfacción de los Colaboradores
- 36 Capacitación de Colaboradores
- 37 Beneficios para Colaboradores y sus Familias
- 38 Derechos Humanos
- 38 Relaciones Laborales
- 39 Sistema de Gestión de Seguridad y Salud

## 05

### RELACIÓN CON PARTES INTERESADAS

- 43 Relación con Clientes
- 44 Relación con Inversionistas
- 44 Relación con Proveedores
- 45 Relación con Comunidades
- 45 Fundación Marcopolo
- 47 Premios y Reconocimientos
- 48 Participación en Asociaciones

## 06

### GESTIÓN AMBIENTAL

- 50 Visión General
- 51 Inversiones en Gestión Ambiental
- 51 Emisiones
- 52 Energía
- 52 Agua y Efluentes
- 53 Materiales y Residuos: Proceso de producción
- 54 Reutilización y Reciclaje
- 55 Ciclo de Vida

### 56 ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

### 57 CRÉDITOS

# 01

## SOBRE EL INFORME





# SOBRE EL INFORME

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

## **Bienvenido al Informe de Sostenibilidad de las empresas Marcopolo referente al año 2024**

Marcopolo expresa su compromiso con la sostenibilidad en su visión de negocios, que es "Ser protagonista en soluciones de movilidad de forma sostenible". Este compromiso también está contenido en sus Valores, en sus estrategias de negocios y en la relación con la comunidad, cuyo foco es el desarrollo social.

Las prácticas de sostenibilidad están interconectadas en los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).

Este informe abarca informaciones referentes a 2024 sobre las unidades controladas de Marcopolo en Brasil y en el exterior. El informe tiene como base las directrices del Global Reporting Initiative (GRI Standard 2021) y del International Integrated Reporting Council (IIRC), establecido por el IASB - International Accounting Standards Board. Las informaciones financieras son consolidadas.



## MATERIALIDAD Y COMPROMISO DE LAS PARTES INTERESADAS

Marcopolo realizó una encuesta, a fines de 2023, con representantes de las partes interesadas en los siete países donde posee unidades industriales, considerando los temas de mayor importancia para el desarrollo de acciones por la empresa.

Los públicos consultados incluyeron proveedores, prestadores de servicio, representantes de ventas, concesionarios, clientes, prensa, asociaciones de clase, instituciones gubernamentales, aliados de proyectos sociales, de proyectos de innovación y de investigación y desarrollo, inversionistas, instituciones financieras, colaboradores, gestores y miembros del Consejo de Administración de Marcopolo. Los temas investigados fueron los siguientes:

### Ambiental

- 1 Utilización de materiales reciclables
- 2 Reducción del consumo de energía
- 3 Reducción del consumo de agua
- 4 Destino adecuado de efluentes y residuos
- 5 Desarrollo de productos no perjudiciales al medio ambiente
- 6 Combate al calentamiento global

### Gobernanza

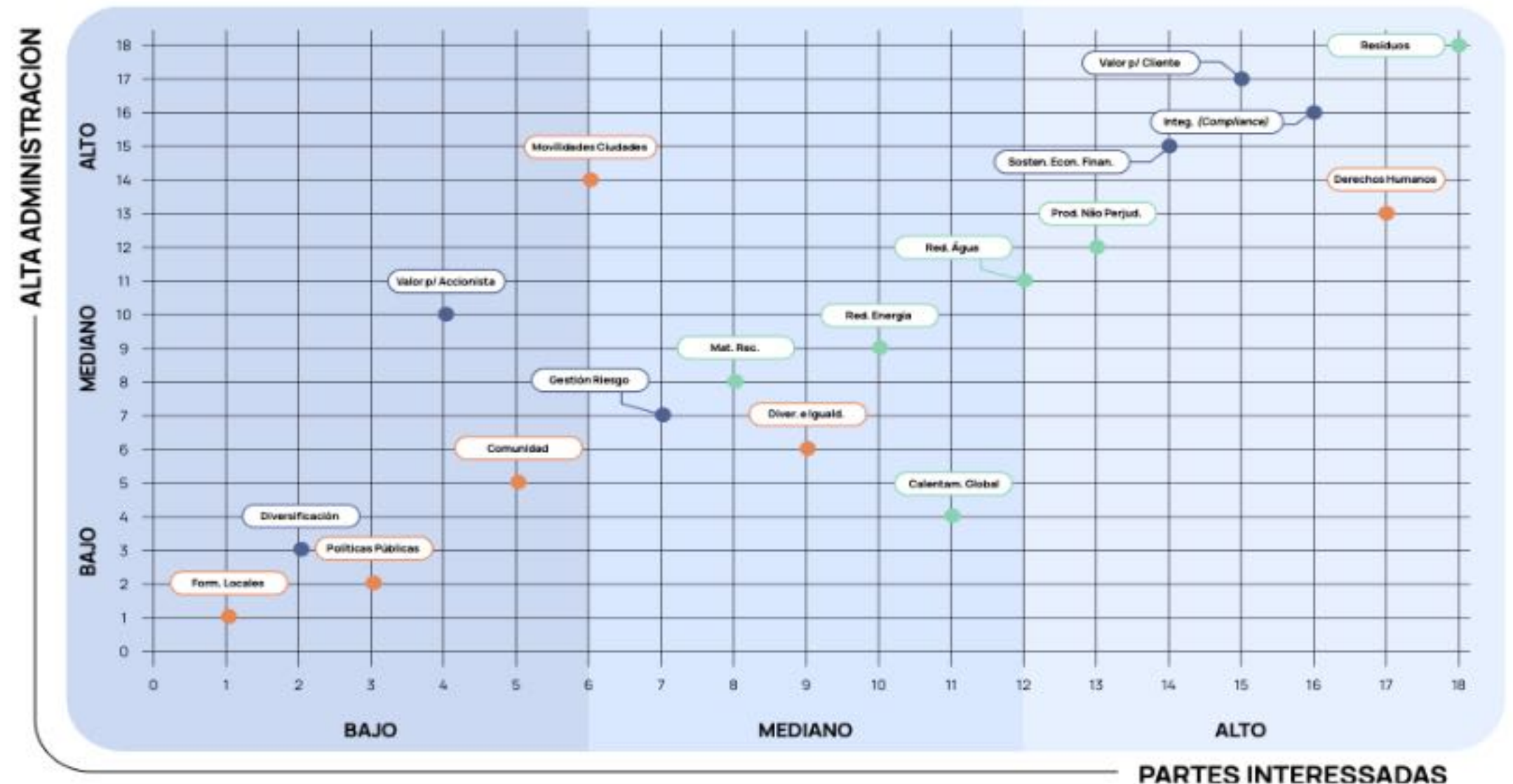
- 13 Sostenibilidad económico-financiera
- 14 Generación de valor para el accionista
- 15 Generación de valor para el cliente
- 16 Gestión de riesgos para el negocio
- 17 Diversificación de los negocios
- 18 Cumplir con las reglas de integridad (Compliance)

### Social

- 7 Inversión en las comunidades locales (acciones enfocadas hacia educación, salud y recreación)
- 8 Garantía de los derechos humanos a los colaboradores
- 9 Contratación de proveedores locales
- 10 Diversidad e igualdad de oportunidades de trabajo
- 11 Promover el desarrollo de la movilidad en las ciudades
- 12 Participación en la definición de políticas públicas para el bienestar de la población

Los temas de mayor interés, indicados por las partes interesadas, constan en este informe, siendo:

- correcto destino de residuos;
- garantía de los derechos humanos;
- cumplimiento con las reglas de integridad (*compliance*);
- generación de valor para el cliente;
- sostenibilidad económico-financiera.



# Mensaje de la Alta Administración

En 2024, Marcopolo celebró sus 75 años de trayectoria de éxito. Una jornada que refuerza su propósito de acercar personas, compartida con colaboradores, clientes, representantes, concesionarios, proveedores y otras partes interesadas.

El año empezó con un ritmo lento de entregas, pero, a partir de abril, el volumen de ventas disparó. En mayo, enfrentamos un desafío significativo con las inundaciones y deslizamientos en Rio Grande do Sul, pero gracias a las acciones de compensación, los impactos se minimizaron en las ciudades donde operamos.

El segundo semestre, la producción aceleró y nuestras operaciones en el exterior también brillaron. Los mercados de interurbanos y microbús, incluso el Volare, se destacaron. La australiana Volgren tuvo un desempeño excepcional en el segmento de urbanos, reforzando nuestra presencia en ese mercado. Además, el Programa Caminho da Escola impulsó significativamente los volúmenes de micros y Volare.

El crecimiento del mercado permitió la contratación de muchos nuevos colaboradores, lo que exigió inversiones continuas en cualificación profesional. Entre mayo y junio, todas las unidades participaron de una encuesta de clima global, conducida por la Consultoría Great People. El promedio general de favorabilidad fue del 72%, mientras las unidades brasileñas llegaron al 75%, garantizando la certificación como un excelente lugar para trabajar. Esos resultados sirvieron de base para planes de acción que se siguen mensualmente. La próxima encuesta se hará el segundo trimestre de 2025.

Revisamos nuestra planificación estratégica, definiendo la visión para 2030 y estableciendo metas de corto, mediano y largo plazo, alineadas a nuestros cinco pilares de negocios.

En diciembre hicimos dos eventos tradicionales: el Encuentro Mercado, una reunión de cierre de año y alineación de expectativas conducida por el Presidente del Consejo de Administración y por el Presidente de la empresa con todos los colaboradores; y el MGMC – *Marcopolo Global Management Conference*, que reúne a todos los gestores de las unidades controladas del exterior para planificar los objetivos de negocios alineados con nuestra estrategia.

El excelente desempeño del mercado brasileño de autobús, aliado a la recuperación de las operaciones internacionales, contribuyó para un año excepcional, permitiéndonos proyectar nuevos desafíos para el futuro. Marcopolo cerró el año con el mejor desempeño de su historia, superando el registrado el año anterior y alcanzando metas de rentabilidad récord. Y los resultados extraordinarios de 2024 sólo se pudieron obtener gracias al trabajo en equipo de más de 15 mil colaboradores, guiados en comportamientos vencedores, como transparencia, confianza, compromiso, sentido de dueño y colaboración.

**James Bellini**  
Presidente del Consejo de Administración de Marcopolo

**André Vidal Armaganijan**  
Presidente de Marcopolo (CEO)



# 02

## GOBERNANZA





# SOBRE MARCOPOLO

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

Marcopolo S.A. es una multinacional brasileña, en la forma de una sociedad por acciones de capital abierto, fundada el 6 de agosto de 1949, en la ciudad de Caxias do Sul.

La empresa al principio producía apenas carrocerías para autobús y, posteriormente, amplió su actuación para ofrecer productos en la línea de interurbanos, urbanos y microbús, además del Volare, autobús eléctricos, trenes, motorhomes y chasis. También ofrece servicios financieros, por medio del Banco Moneo, y venta de piezas originales.

## 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.



### SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Los clientes satisfechos son nuestra razón de existir.



### HARCELO REALIDAD CON EXCELENCIA

Harcelo realidad con excelencia es lo que nos diferencia.



### ÉTICA E INTEGRIDAD

Nuestras acciones son el reflejo de nuestras palabras.



### SOSTENIBILIDAD

Mantenemos la empresa sólida, pensando en el futuro.



### TRABAJO EN EQUIPO

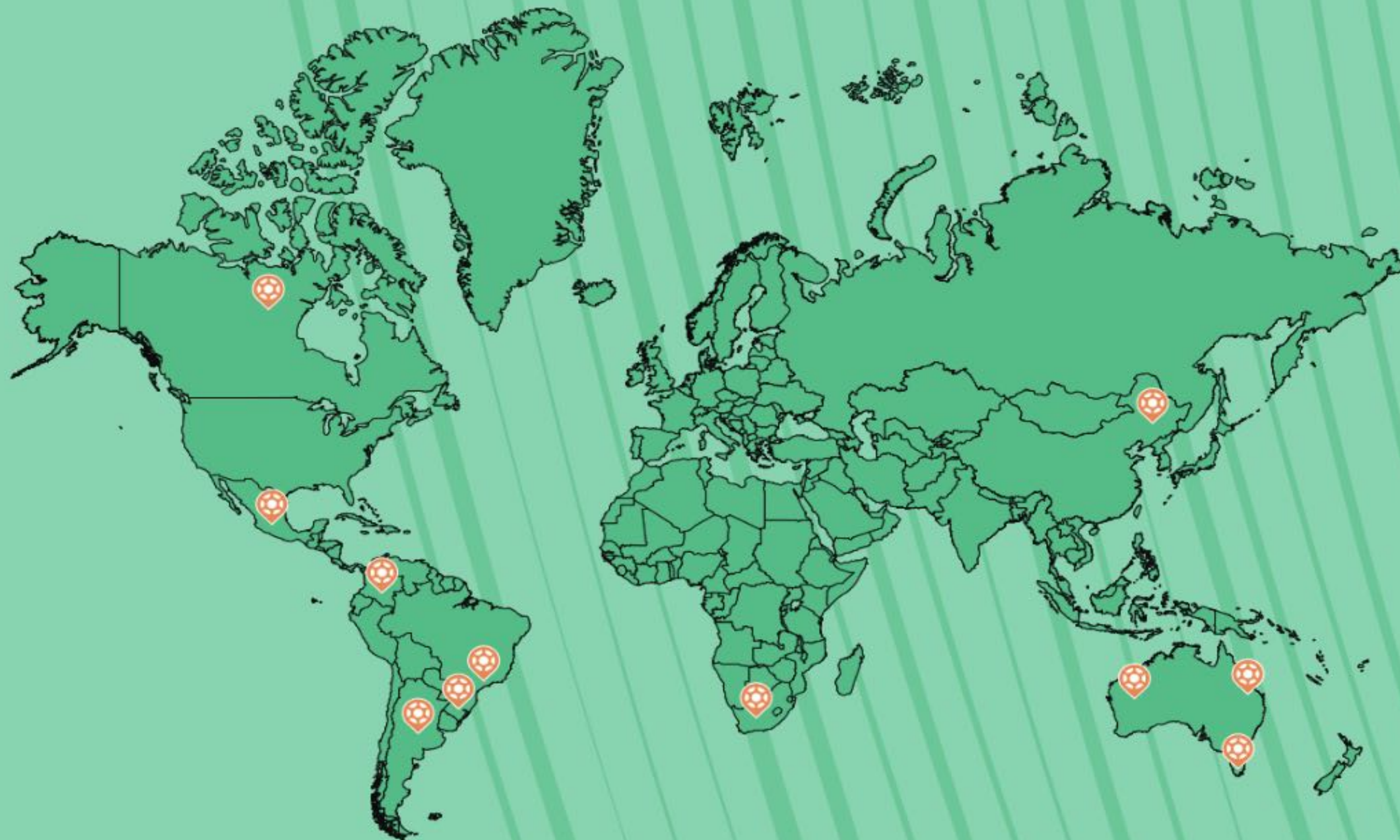
Juntos hacemos mucho más.





# MERCADOS Y NEGOCIOS

Marcopolo es líder en el mercado brasileño y referencia global en carrocerías para autobús. Sus productos están presentes en más de 140 países, por medio de producción local o por exportación, abarcando los segmentos de autobús interurbanos, urbanos y micros, además de trenes.





## UNIDADES BRASILEÑAS



### UNIDAD ANA RECH

La sede de Marcopolo es la Unidad Ana Rech, localizada en Caxias do Sul (RS). Esa unidad produce una línea completa de modelos Interurbanos y Urbanos, con diversas aplicaciones en el mercado brasileño y para exportación, además de los productos de Marcopolo Rail y chasis. En esa unidad también están localizadas las áreas administrativas, comerciales, de ingeniería y el Centro de Entrenamiento.

### BANCO MONEO

Se creó en 2005 para hacer viable la adquisición de productos Marcopolo con rapidez, eficiencia y competitividad.



### MARCOPOLO RAIL

Marcopolo Rail es una unidad de negocios de Marcopolo, especializada en el desarrollo y producción de modales ferroviarios. El año 2024 consolidó los procesos de producción, con vehículos producidos para el mercado brasileño y para exportación, atendiendo el alto estándar de las normas internacionales del segmento ferroviario.



### UNIDAD SÃO CRISTÓVÃO

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



### MARCOPOLO SÃO MATEUS

La unidad posee una estructura moderna, con capacidad para la producción de piezas y componentes, autobuses urbanos, modelos de la marca Volare y el Attivi eléctrico.



### APOLO

La unidad está especializada en la producción de piezas poliméricas y de alta tecnología y está enfocada en la demanda del mercado por piezas plásticas y productos con grafeno, en sustitución a ítems hechos en acero.



## UNIDADES DEL EXTERIOR

### MARCOPOLO SUDAFRICA (MASA)



La unidad tiene condiciones para producir más de 1.600 vehículos por año. La línea de productos locales está compuesta por el Andare 1000 y el Torino, para atender aplicaciones rurales, urbanas e intermunicipales.

### MARCOPOLO AUSTRÁLIA (VOLGREN)



Volgren cuenta con tres plantas, siendo responsable por la producción de más de 1.000 unidades anualmente.

### MARCOPOLO ARGENTINA (METALSUR)



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

### MARCOPOLO CHINA (MAC)



La unidad tiene capacidad productiva de 300 vehículos por año, actuando en las áreas de abastecimiento, producción de piezas, componentes y carrocerías de autobús, así como de producción de autobús en PKD para la exportación. MAC no vende para el mercado interno chino, pero exporta a países de Asia, África y Oceanía.



### MARCOPOLO COLOMBIA (SUPERPOLO)



Superpolo tiene capacidad para producir anualmente 4.200 unidades. En el mercado colombiano, es líder en la concepción de carrocerías personalizadas y soluciones integrales para el transporte de pasajeros en los segmentos intermunicipal, colectivo, urbano, escolar, además de unidades dedicadas a servicios especiales.

### MARCOPOLO MÉXICO (POLOMEX)

Es una empresa dedicada a la fabricación de carrocerías y repuestos para autobús. La producción de Marcopolo México se destina al mercado nacional para los sectores urbano, suburbano y turismo. También produce los modelos Grand, destinados al mercado americano.

### NFI GROUP INC (CANADÁ)



Empresa canadiense en la cual Marcopolo posee participación accionaria del 8,1%. Es la principal fabricante de autobús urbanos e interurbanos en Estados Unidos y Canadá, teniendo operaciones industriales en Europa y líneas de montaje en la Asia y Oceanía.



## ESTRATEGIA

Marcopolo revisa su planificación estratégica de forma periódica, considerando la volatilidad y dinámica de los negocios. La empresa considera cinco pilares de negocios, que se dividen en iniciativas para un alcance a corto, mediano y largo plazo.

Se divulgan dos visiones de ejecución de la estrategia. La visión de corto plazo recibe el nombre Superación, conteniendo metas e indicadores financieros, y los factores críticos de éxito para que la empresa alcance sus objetivos para el año. A su vez, la visión de largo plazo tiene como objetivo un horizonte de crecimiento de cinco a diez años, teniendo como base los proyectos estratégicos de la organización. La planificación estratégica encuentra soporte en la cultura y en los comportamientos vencedores de la empresa.

El último trimestre de 2024, se hizo la revisión de la planificación, teniendo en vista el horizonte de negocios hasta 2030. La divulgación de ese nuevo plan a los colaboradores está prevista para que comience el primer trimestre de 2025 y abarca material gráfico, publicación de artículo en la Revista ViaPolo, video explicativo e informaciones periódicas compartidas en los vehículos de comunicación interna.



## ALINEACIÓN CON UNIDADES DEL EXTERIOR



La empresa realiza un encuentro anual con los gestores de las unidades de Brasil y del exterior que se llama MGMC (*Marcopolo Global Management Conference*). El objetivo es alinear las estrategias de la empresa y el posicionamiento de nuevos productos, discutir mejoras en procesos y promover la aproximación entre las áreas.

Además, se hacen reuniones de división de la planificación estratégica, abarcando los objetivos anuales de corto plazo y los objetivos de largo plazo.

## INNOVACIÓN

La innovación continua es parte de la estrategia de la empresa como protagonista en el desarrollo de soluciones de movilidad de forma sostenible.

Eso tiene reflejos en la inversión permanente en investigación y desarrollo, con el lanzamiento de nuevas generaciones de productos con ciclos más cortos. También abarca el desarrollo de soluciones de movilidad completas, con distintas tecnologías de propulsión, productos versátiles y modularizados.

El área de Ingeniería de Desarrollo realiza investigaciones para la identificación de tendencias, nuevos materiales, conceptos estructurales y tecnologías modernas, como Inteligencia Artificial (IA), mediante la participación en ferias de innovación, *benchmarkings*, *workshops* y entrenamientos.

El proceso de investigación y desarrollo considera ofrecer al cliente alternativas sostenibles, que no causen daños al medio ambiente, lo que incluye materiales reciclables, procesos de fabricación con

menos emisiones de contaminantes, productos más ligeros, que mejoren el consumo de combustible, y productos más eficientes energéticamente, como el autobús el 100% eléctrico, híbridos y con biocombustibles.

Además, la mejora continua es parte de la rutina de todas las áreas, con foco en productos, procesos, tecnología, mercado, clientes, diversificación, personas y organización.

La diversificación de negocios es otra meta estratégica de la empresa, con iniciativas como Marcopolo Rail, MarcoAdditivi, Marcopolo Motorhome y otros emprendimientos. Marcopolo Next desempeña un papel esencial en ese proceso, siendo responsable por acelerar la innovación dentro de la empresa. Eso incluye la conducción de proyectos colaborativos con el ecosistema de innovación, además de fomentar la cultura de innovación y preparar a los colaboradores para que lideren las transformaciones que moldearán el futuro de la movilidad.



Volare Autônomo



Volare Híbrido (eléctrico/etanol)



## MARCOPOLO NEXT

Marcopolo Next tiene como misión acelerar la innovación en Marcopolo a través de sus cuatro verticales de actuación: Cultura y Aceleración de la Innovación, Prototipado y Experimentación, Nuevos Negocios e Inversiones.

Dentro de la vertical de Cultura y Aceleración de la Innovación, la Comunidad MVP (Marcopolo Venture Partners) se consolidó con el propósito de transformar a personas en protagonistas para que lideren la innovación en la movilidad en Brasil y en el mundo, con Marcopolo y sus aliados. Con un índice de participación del 8% de colaboradores brasileños en iniciativas voluntarias de innovación, la comunidad se ha destacado como un agente de transformación interna. Además, una encuesta realizada con los miembros de la comunidad reveló un aumento del 21% en el índice de orgullo en formar parte de la empresa después que ingresan a MVP. Eventos como MVP Summit, que reunió importantes nombres de la movilidad y tecnología brasileña, además de clientes de Marcopolo, fueron fundamentales para el fortalecimiento de ese sentimiento.

El MVP también llamó la atención de clientes de Marcopolo, que reconocieron el valor de la iniciativa y demostraron interés en expandirla a sus propios negocios. Como resultado, iniciamos el proyecto piloto MVP Academy, en alianza con el cliente Ouro e Prata con el objetivo de promover inmersiones en producto, proceso, operación e innovación, además de fomentar proyectos de innovación colaborativa con nuestros clientes.

Otra acción importante dentro de la vertical de Cultura fue la realización de la Semana de la Innovación, evento anual que trae aliados externos y casos de innovación para inspirar y motivar a los colaboradores. En 2024, ejecutivos de empresas de renombre, como Microsoft, Instituto Caldeira, Innoscience, Startse y representantes del área de nuevos negocios de Marcopolo participaron en las acciones.

Debido a los buenos resultados obtenidos en Caxias do Sul, la comunidad MVP y las demás iniciativas de cultura de innovación se expandieron a la unidad de São Mateus, reforzando el compromiso con la innovación en todas las regiones brasileñas.



En 2024, Marcopolo Next se profundizó en el tema de innovación para ciudades por medio del proyecto «O Futuro que Queremos» [El Futuro que Queremos]. El objetivo de ese proyecto es desarrollar programas colectivos de futuros deseados, colaborando con jóvenes, empresas, sociedad, academia y gobierno. En alianza con Fundação Marcopolo, UniMarcopolo y la Agencia de Resistencia de Medellín, el foco el último semestre fue la creación de la estrategia, planificación y estructuración de la jornada para el desarrollo

de Agencia del Futuro. Esa agencia tiene como misión transformar mapas de futuros deseables en acciones concretas. La primera edición del proyecto se lanzará en Caxias do Sul, en 2025, abordando por lo menos cinco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU: Educación de Calidad; Trabajo Decente y Crecimiento Económico; Industria, Innovación e Infraestructura; Reducción de las Desigualdades; y Ciudades y Comunidades Sostenibles, con el objetivo de crear una ciudad más innovadora, resistente y ciudadana.

En la vertical de Prototipado y Experimentación, fue ampliado el uso de simuladores de dirección para los productos Attivi y NOMADE, que se presentaron a clientes en ferias especializadas. En colaboración con otras áreas de la empresa, Marcopolo Next ha utilizado innovación abierta y conducido diversas pruebas de concepto para probar nuevas tecnologías, con el objetivo de hacer con que Marcopolo sea aún más competitiva y alineada con sus metas estratégicas.

Finalmente, en la vertical de Nuevos Negocios, Marcopolo Next ha desempeñado un papel fundamental en la construcción y estructuración de Marcopolo Motorhome, la nueva división volcada hacia vehículos recreativos, una iniciativa que surgió a partir del GO<sup>3</sup> Intra, el primer programa de intraemprendedorismo de Marcopolo. También se destaca la actuación de Next en la adquisición del 40% de Reborn Electric Motors, una empresa chilena especializada en electrificación de autobús y otros vehículos pesados, consolidando nuestra estrategia de expansión e innovación en el sector de electrificación.



## MARCOPOLO MOTORHOME

Marcopolo Motorhome dio un importante paso en el mercado de vehículos recreativos al presentar su primera casa rodante, el NOMADE. Combinando la robustez de un 4x4 integral automático y la versatilidad de un modelo compacto, el vehículo se destaca también por el alto nivel de tecnología embarcada, ofreciendo a los consumidores una experiencia de movilidad única.

Este nuevo emprendimiento, que refuerza la diversificación de los negocios de Marcopolo, es resultado de un proyecto de intraemprendorismo que comenzó en 2022. Con un equipo dedicado e infraestructura propia, el NOMADE es fruto del trabajo colaborativo entre la empresa y la comunidad, incorporando las demandas y necesidades del mercado de campamento.

Durante su desarrollo, Marcopolo realizó inmersiones en el ecosistema de campamento en Brasil y en Estados Unidos, además de interacciones con usuarios de vehículos recreativos, para garantizar que el modelo atendiera las expectativas y exigencias del público objetivo.

El lanzamiento oficial del NOMADE sucedió en noviembre de 2024, en la 8ª edición de Expo Motorhome, la mayor feria de campamento y caravanas de América Latina. Las primeras unidades del NOMADE se deben producir con llegada al mercado prevista para fines de 2025.





# GOBERNANZA

Marcopolo sigue las mejores prácticas de Gobernanza Corporativa, de acuerdo con los principios de Transparencia, Equidad, Rendición de Cuentas (accountability) y Responsabilidad Corporativa. Sus acciones se citan en el Nivel 2 de Gobernanza Corporativa de B3 desde 2002. La empresa está vinculada al arbitraje en la Cámara de Arbitraje del Mercado, de acuerdo con la cláusula compromisoria que consta en sus Estatutos Sociales. La gestión se formaliza con base en la distinción entre las funciones y responsabilidades del Consejo de Administración y del Directorio. Las atribuciones del Consejo de Administración están descritas en el Regimiento Interno vigente. El Consejo realiza reuniones mensuales para el seguimiento de la estrategia y de los negocios de la empresa, mediante análisis de los informes de administración apropiados.

La indicación de miembros para el Consejo de Administración es atribución del Comité de

Recursos Humanos y Ética, debiendo recaer sobre personas de reconocida probidad y reputación, conducta intachable y que cumplan, acumulativa y necesariamente, entre otros, requisitos de conocimiento y experiencia mínimos de cinco años en la administración de empresas. El Consejo de Administración de Marcopolo está constituido por siete miembros, cinco de ellos independientes, de los cuales uno ha sido elegido por accionistas minoritarios y los otros seis por los accionistas controladores. El Consejo actual se eligió en marzo de 2025, con vigencia hasta el 30 de marzo de 2027.

La Compañía cuenta también con una Comisión Fiscalizadora, compuesta por tres miembros, uno indicado por los accionistas minoritarios, uno por los accionistas tenedores de acciones preferidas y uno por los accionistas controladores. Las competencias de cada órgano están definidas en los Estatutos Sociales de la Compañía.



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 Andre Papaleo

MIEMBROS	FUNCIÓN
JAMES BELLINI	Presidente
PAULO CEZAR DA SILVA NUNES	Vicepresidente
ANDRÉ MEURER PAPALEO	Consejero
DAN IOSCHPE	Consejero
DENISE CASAGRANDE DA ROCHA	Consejero
JOSÉ ANTÔNIO VALIATI	Consejero
HENRIQUE BREDDA	Consejero
EDUARDO FREDERICO WILLRICH	Secretario

## COMPOSICIÓN ACCIONARIA

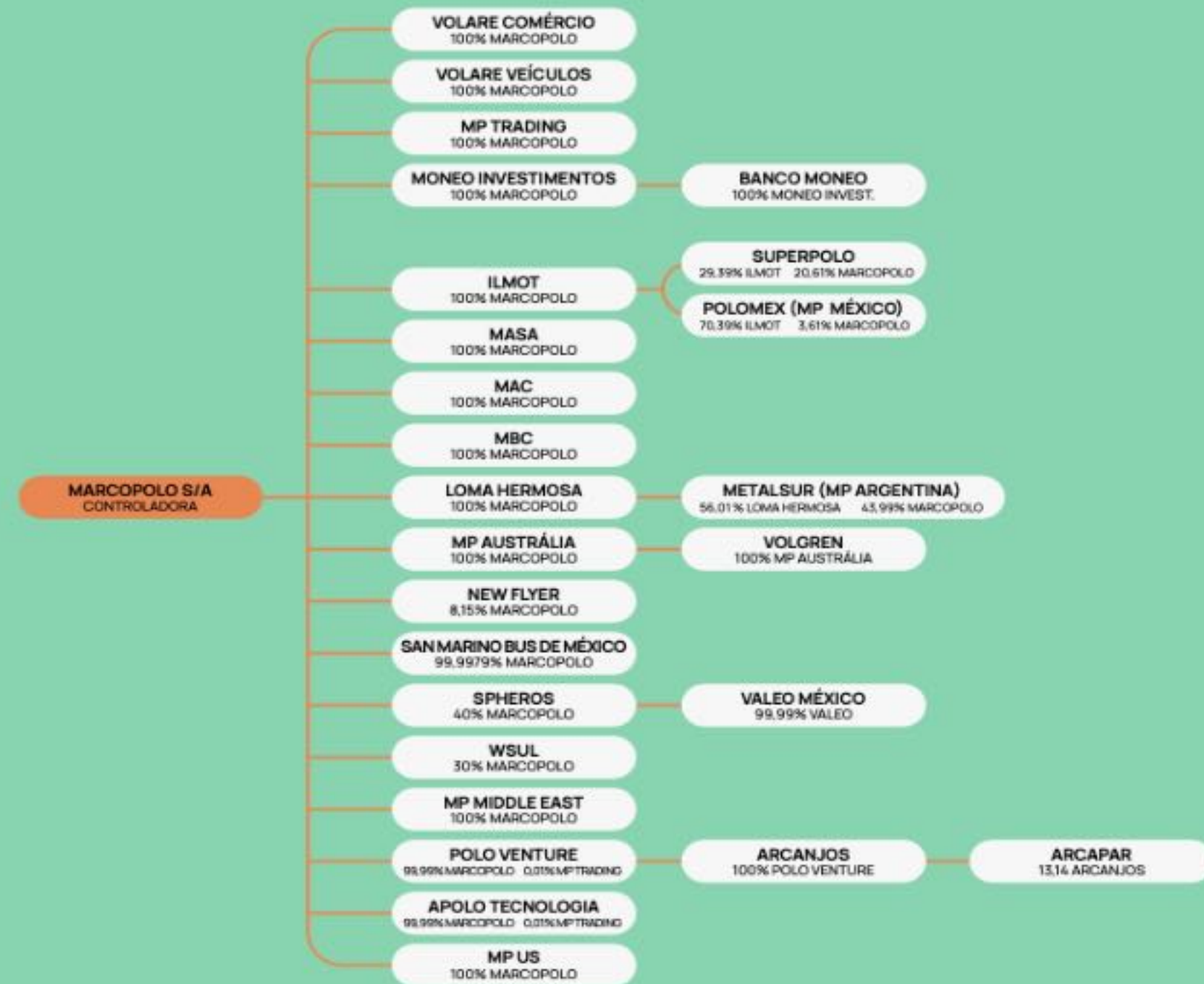
Marcopolo S.A. tiene en su composición accionaria empresas brasileñas y del exterior. Las unidades controladas en Brasil están localizadas en las ciudades de Caxias do Sul (RS), Farroupilha (RS) y São Mateus (ES). Las unidades controladas en el exterior están localizadas en África del Sur, Argentina, Australia, China, Colombia y México. También posee participación en otras empresas en Brasil y en el exterior.

### COMPOSICIÓN ACCIONARIA 2024

CONTROLADOR	23,1%
ACCIONISTAS EN EL EXTERIOR	39,5%
ACCIONISTAS EN BRASIL	37,4%



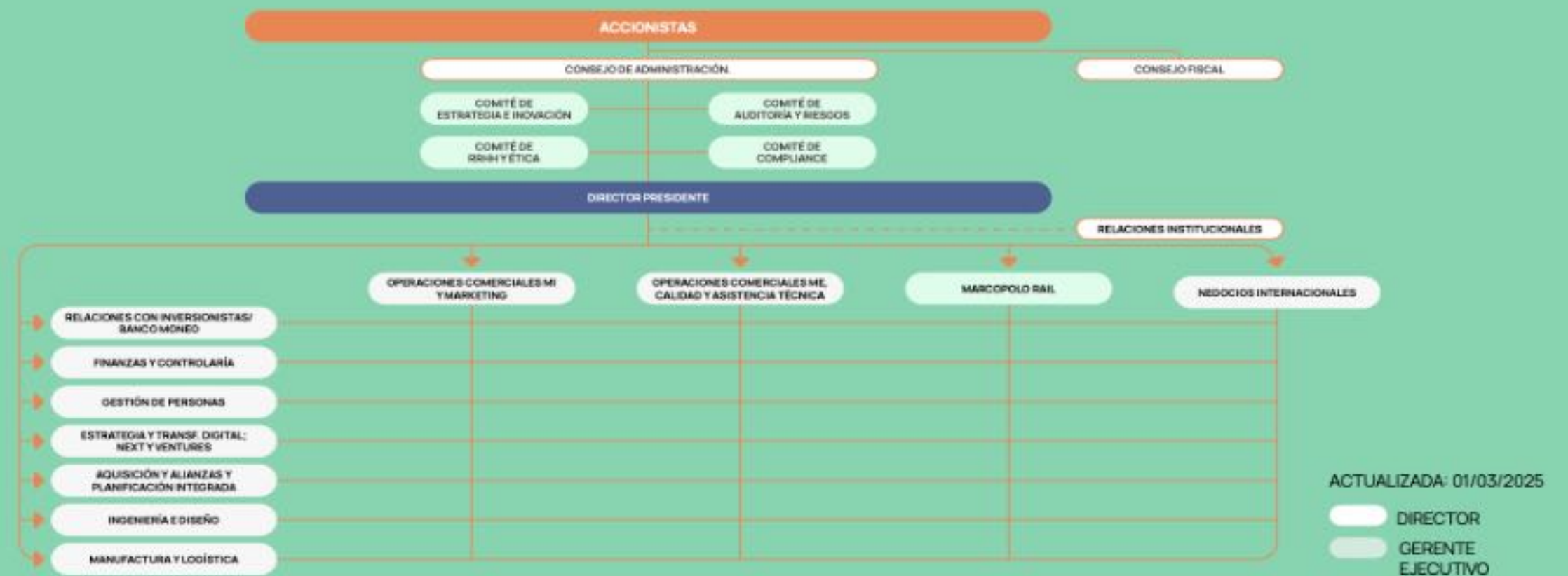
# ESTRUCTURA SOCIETARIA



# ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa de Marcopolo tiene la finalidad de contribuir para la generación de valor a partir del desarrollo y de la ejecución de la estrategia, observando el respeto a sus Valores y en alineación con su Visión y su Propósito. Los principios que guían de la estructura organizativa de la empresa son:

- sostenimiento de la estrategia de crecimiento;
- atención de las necesidades de flexibilidad, agilidad y competitividad;
- estructura simple y de costo competitivo;
- definición clara de responsabilidades y gestión por resultados;
- visión de procesos como forma de integración y alineación; y
- proximidad con el cliente y excelencia operativa.





## REMUNERACIÓN DE LOS ADMINISTRADORES

Las prácticas y políticas de remuneración de los altos ejecutivos las aprueba el Consejo de Administración, con el objetivo de atraer, comprometer y reconocer a profesionales alineados con las competencias y los Valores definidos por Marcopolo, buscando atender las expectativas de los accionistas y alcanzar resultados superiores a corto, mediano y largo plazo.

El paquete de remuneración de los directores se evalúa anualmente, con base en 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 exterior. La metodología utilizada se pauta en el modelo COSO - ERM, de forma adaptada a las características del ambiente de negocios. Con eso, la empresa busca identificar, mapear y gestionar los riesgos del negocio, de tal forma a reducir fallas, pérdidas e inseguridades, enfocando esfuerzos en la planificación, control y optimización de procesos de forma continua.

Los riesgos están mapeados entre estratégicos, operativos, financieros y regulatorios. La gestión de estos riesgos genera beneficios para la estrategia, contribuyendo para la cultura y planificación; para la gobernanza, protegiendo la imagen y reputación, y dirigiendo temas societarios; y para la gestión, auxiliando la toma de decisiones, priorizando inversiones y ampliando la eficiencia operativa.

## GESTIÓN INTEGRADA DEL NEGOCIO



Las unidades brasileñas poseen la Gestión Integrada del Negocio (GIN) implementada, que contempla las siguientes certificaciones:

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

La unidad Apolo cuenta con la certificación ISO 27001, que garantiza el secreto y confidencialidad en el desarrollo de los proyectos, además de la ISO 9001, y está en proceso de implementación de la ISO 14001.

En 2024, el alcance de certificación de la ISO 9001 aumentó, con la inclusión del área de chasis, en Caxias do Sul, y de la Filial São Paulo.

Las unidades del exterior poseen las siguientes certificaciones:

**Marcopolo Sudafrica (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 e ISO 14001 - Medio Ambiente

**Marcopolo Colômbia (Superpolo)**

ISO 9001 -Calidad

**Marcopolo México (Polomex)**

ISO 9001 - Calidad e ISO 14001 - Medio Ambiente

Se hicieron evaluaciones periódicas para garantizar la atención de las Normas. Cada tres años, la empresa pasa por un proceso de recertificación, en el cual se verifican los requisitos, contribuyendo para el refinamiento de las prácticas sostenibles.

# ÉTICA Y COMPLIANCE

Marcopolo valoriza las relaciones profesionales con base en el respeto mutuo, no tolerando ningún tipo de acoso, discriminación, favorecimiento o práctica ilegal. Las directrices del Código de Conducta orientan para prevenir y solucionar conflictos de interés, garantizando un ambiente de trabajo ético y justo.

## CÓDIGO DE CONDUCTA

Marcopolo instituyó su primer Código de Conducta en 2005, con revisiones periódicas, siendo que la más reciente se hizo a fines de 2023. El Código de Conducta establece las directrices y los estándares de conducta que orientan las decisiones en los negocios y el comportamiento de todos los gestores y colaboradores de la empresa. Además, sirve como referencia en las relaciones con los aliados de negocios, como proveedores, prestadores de servicio, representantes de ventas, concesionarios y distribuidores, y con las demás partes interesadas. El Código de Conducta abarca las unidades controladas en Brasil y en el exterior.



Como parte de la estructura de gobernanza del Código de Conducta, se ha constituido el Comité de RRHH y Ética, vinculado al Consejo de Administración, el Comité Central de Conducta, que responde por los temas relacionados a las unidades brasileñas, y los Comités Locales de Conducta *Compliance*, que responden por los temas de las unidades controladas en el exterior.

Para saber más sobre el Código de Conducta, acceda al sitio de Marcopolo. [www.marcopolo.com.br/marcopolo\\_sa/codigode-conduta](http://www.marcopolo.com.br/marcopolo_sa/codigode-conduta)



## COMPLIANCE

El área de Compliance se implementó en 2014, como parte de las buenas prácticas de gobernanza y gestión de riesgos. Su estructura incluye un Comité de Asesoría al Consejo de Administración, denominado Comité de Compliance, compuesto por los directores estatutarios, por el presidente del Consejo de Administración, por el *Compliance Officer* (CCO) y por un representante de los accionistas controladores.

La empresa posee una Política Global de Integridad, que ofrece orientaciones sobre conflictos de interés y la forma de información y tratamiento de eventuales situaciones que puedan suceder.

Los nuevos colaboradores participan de entrenamientos específicos sobre el Código de Conducta y *Compliance*, donde reciben el documento impreso y, también, orientaciones sobre cómo utilizar los canales de escucha para casos de conflicto con las directrices de conducta.

En 2024, Marcopolo fue reconocida con destaque como una de las Empresas Más Éticas por el Instituto Ética nos Negócios. Este reconocimiento lo obtuvo debido a las prácticas ejemplares de ética y *compliance* de Marcopolo, además del firme compromiso con la sostenibilidad y la gobernanza corporativa.



## CANALES DE ESCUCHA

Marcopolo pone a disposición canales de comunicación para dudas, reclamaciones, sugerencias y denuncias, como corrupción, soborno, fraude, conductas ilegales o antiéticas, agresión al medio ambiente, prácticas o registros contables cuestionables, mal uso de los activos de la empresa y discriminación de cualquier tipo.

Contato Seguro Marcopolo es un canal exclusivo para denuncias de prácticas que estén en desacuerdo con las políticas internas y legislaciones aplicables, pudiéndose acceder a él vía *toll free* o website, las 24 horas del día, los siete días de la semana. Este servicio lo opera una empresa subcontratada, independiente de Marcopolo, que utiliza un sistema propio en ambiente externo, donde se encriptan todas las informaciones, garantizando imparcialidad, seguridad y total compromiso con el sigilo del denunciante y la confidencialidad en el tratamiento de la denuncia.



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

Durante el año 2024, el canal de escucha externa (Contacto Seguro) recibió 418 contactos, el 88,52% de ellas anónimas y el 11,48% identificadas, las cuales las trataron y contestaron en la íntegra los comités establecidos con esta finalidad.

A su vez, Canal Libre es un sistema de escucha interna para el envío de manifestaciones con ideas, sugerencias, elogios y reclamaciones sobre cuestiones generales de la empresa, disponible para los colaboradores de las unidades brasileñas.

## POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE DATOS PERSONALES

En 2021, el Consejo de Administración de Marcopolo aprobó la Política de Privacidad y Protección de Datos Personales, aplicándola en todas sus unidades en Brasil. Se creó el Comité de Privacidad de Datos Personales y se designó a una persona para que actúe como responsable por el tema, conocida como *Data Protection Officer* (DPO), para garantizar la conformidad con las normas. Y en 2024 se definió la persona responsable por la función de encargado/DPO adjunto, para actuación en la ausencia o indisponibilidad del DPO titular, manteniendo la empresa resguardada el tiempo entero y asegurando la continuidad de las buenas prácticas de los procedimientos.

En atención a la Ley General de Protección de Datos (LGPD) brasileña, la empresa realizó el mapeo y encuadramiento legal de todas las actividades que tratan datos personales, presentó formalmente al encargado por la adecuación a la norma y por la interlocución con las autoridades fiscalizadoras y, con el apoyo de una consultoría externa, se ha hecho periódicamente la revisión del mapeo con la inclusión de nuevas actividades y/o mejoras.

La empresa promueve regularmente campañas de concienciación y ofrece entrenamientos personalizados sobre la LGPD por medio de Universidade Marcopolo.

Además, proveedores que manipulan datos personales deben cumplir cláusulas específicas de protección a los datos personales que constan en los contratos.

Marcopolo no recibió sanciones de la Autoridad Nacional de Protección de Datos (ANPD) y no hubo incidentes en los controles tecnológicos, reforzando su compromiso con la protección de los datos personales de los públicos con las cuales se relaciona.

# 03

## DESEMPEÑO FINANCIERO





GRI 2-2; 201-1



Lá producción brasileña de autobús llegó a

# 27.067

UNIDADES EN 2024

## DESEMPEÑO DEL SECTOR DE AUTOBÚS EN BRASIL

La producción brasileña de autobús llegó a 27.067 unidades en 2024, un volumen el 22,7% superior a las 22.058 unidades producidas en 2023. La demanda en el mercado interno (MI) llegó a 20.299 unidades, el 19,2% superior en relación con el año 2023 (17.023), mientras la producción destinada al mercado externo (ME) fue de 2.800 unidades, un aumento del 8,1% en relación con las exportaciones del año anterior (2.589). En el segmento Volare, la producción fue de 3.968 unidades en el año 2024, un aumento del 62,2% en relación con las 2.446 unidades producidas en 2023.

## PRODUCCIÓN BRASILEÑA DE AUTOBÚS – TOTAL (en unidades)

PRODUCTOS	2024			2023			VAR.
	MI	ME	TOTAL	MI	ME	TOTAL	%
INTERURBANOS	5.020	2.139	7.159	3.735	1.956	5.691	25,8%
URBANOS	9.188	372	9.560	10.065	451	10.516	-9,1%
MICROS	6.091	289	6.380	3.223	182	3.405	87,4%
VOLARES	3.831	137	3.968	2.277	169	2.446	62,2%
<b>TOTAL</b>	<b>24.130</b>	<b>2.937</b>	<b>27.067</b>	<b>19.300</b>	<b>2.758</b>	<b>22.058</b>	<b>22,7%</b>

Fuentes: FABUS (Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus) y Marcopolo.

Notas: (1) Incluye las unidades exportadas en KD (desmontadas).



## DESEMPEÑO DE MARCOPOLO

El mercado brasileño de autobús presentó un crecimiento substancial en 2024, a partir de la normalización del segmento de interurbanos y del avance en los volúmenes de micros y Volares, con la reanudación de las entregas a Caminho da Escola, después de una base más débil en 2023. Las operaciones internacionales presentaron, en conjunto, crecimiento, con destaque para la operación australiana de Volgren y un principio de reanudación en la controlada argentina Metalsur.

La recuperación de resultados del conjunto de las operaciones internacionales, sumada al buen desempeño de las operaciones brasileñas, con un aumento de volúmenes e ingreso, permitieron que Marcopolo alcanzara resultados récord en 2024.

El año empezó en un ritmo lento de entregas, afectado especialmente por la caída de la producción en Argentina y el fuerte volumen de producción volcada hacia Caminho da Escola, al comienzo de 2023, pero con resultados ya alineados a la performance de márgenes vistos en 2024. A partir de abril, la empresa observó un salto en volúmenes, con la base más débil de comparación en función de la transición al estándar de motorización Euro 6 en 2023. En mayo, la

producción de Marcopolo fue afectada por la tragedia de las inundaciones y deslizamientos que sucedieron en Rio Grande do Sul, con reflejos limitados en función de la compensación siguiente y de los impactos más restringidos en las ciudades donde están localizadas nuestras operaciones. El ritmo de producción se siguió intensificando en el tercero y cuarto trimestre, con una recuperación de la productividad diaria y buena performance de las operaciones localizadas en el exterior. Para hacer frente a la demanda, la empresa amplió su plantilla de personal, intensificando entrenamientos en la búsqueda de una mayor eficiencia a lo largo de 2024.

Los mercados de interurbanos y de micros (incluso el segmento Volare) fueron los destaques del año, con un crecimiento substancial de volúmenes. La producción de urbanos sorprendió negativamente, presentando una caída en Brasil en un año que se mostraba prometedor. El óptimo desempeño de la australiana Volgren permitió que el segmento mantuviera su participación en la distribución del ingreso de Marcopolo. El programa Caminho da Escola contribuyó para los buenos volúmenes en micros y Volares, habiéndose entregado más de 2.500 unidades en 2024.



El programa Caminho da Escola contribuyó para

# 2.500

UNIDADES DE MICROS Y  
VOLARES EN 2024



## UNIDADES REGISTRADAS EN EL INGRESO NETO

En 2024 se registraron, en el ingreso neto, 15.083 unidades, registrándose 11.566 en Brasil (el 76,7% del total), 1.120 exportadas a partir de Brasil (el 7,4% del total) y 2.397 producidas y vendidas en el exterior (el 15,9% del total), según presenta la tabla siguiente:

OPERACIONES (EN UNIDADES)		2024	2023	VAR.
BRASIL	MERCADO INTERNO	11.566	9.742	18,7%
	MERCADO EXTERNO	1.371	1.371	0,0%
<b>SUBTOTAL</b>		<b>12.937</b>	<b>11.113</b>	<b>16,4%</b>
ELIMINACIONES KD'S EXPORTADOS <sup>1</sup>		251	71	253,5%
<b>TOTAL EN BRASIL</b>		<b>12.686</b>	<b>11.042</b>	<b>14,9%</b>
EXTERIOR	ÁFRICA DEL SUR	454	362	25,4%
	AUSTRALIA	582	407	43,0%
	CHINA	135	95	42,1%
	MÉXICO	1.063	981	8,4%
	ARGENTINA	163	417	-60,9%
<b>TOTAL EN EL EXTERIOR</b>		<b>2.397</b>	<b>2.262</b>	<b>6,0%</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>15.083</b>	<b>13.304</b>	<b>13,4%</b>

<sup>1</sup> Notas: (1) KD (Knock Down) = Carrocerías parcial o totalmente desmontadas.

## MARCOPOLO – PRODUCCIÓN MUNDIAL CONSOLIDADA

En 2024, la producción consolidada de Marcopolo totalizó 15.289 unidades, el 17,3% superior a las 13.035 unidades fabricadas en el ejercicio 2023. De ese total, el 84,9% se produjo en Brasil y el 15,1% restante en el exterior. Los datos sobre la producción mundial de Marcopolo se presentan en los cuadros siguientes:

OPERACIONES (EN UNIDADES)		2024	2023	VAR.
BRASIL <sup>1</sup>	MERCADO INTERNO	11.843	9.499	24,7%
	MERCADO EXTERNO	1.381	1.397	-1,1%
<b>SUBTOTAL</b>		<b>13.224</b>	<b>10.896</b>	<b>21,4%</b>
ELIMINACIONES KD'S EXPORTADOS <sup>2</sup>		251	71	253,5%
<b>TOTAL EN BRASIL</b>		<b>12.973</b>	<b>10.825</b>	<b>19,8%</b>
EXTERIOR	ÁFRICA DEL SUR	413	360	14,7%
	AUSTRALIA	540	407	32,7%
	CHINA	126	116	8,6%
	MÉXICO	1.062	978	8,6%
	ARGENTINA	175	349	-49,9%
<b>TOTAL EN EL EXTERIOR</b>		<b>2.316</b>	<b>2.210</b>	<b>4,8%</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>15.289</b>	<b>13.035</b>	<b>17,3%</b>

<sup>1</sup> Incluye la producción del modelo Volare;

<sup>2</sup> Knock Down (KD) = Carrocerías parcial o totalmente desmontadas.



## MARCOPOLO – PRODUCCIÓN MUNDIAL CONSOLIDADA POR MODELO

PRODUCTOS /MERCADOS (EN UNIDADES)	2024			2023		
	MI	ME <sup>2</sup>	TOTAL	MI	ME	TOTAL
INTERURBANOS	2.830	1.494	4.324	2.171	1.419	2.590
URBANOS	2.663	1.912	4.575	3.793	1.849	5.642
MICROS	2.512	154	2.673	1.258	146	1.404
<b>TOTAL</b>	<b>8.012</b>	<b>3.560</b>	<b>11.572</b>	<b>7.222</b>	<b>3.414</b>	<b>10.636</b>
VOLARES <sup>1</sup>	3.831	137	3.968	2.277	193	2.470
<b>TOTAL</b>	<b>11.843</b>	<b>3.697</b>	<b>15.540</b>	<b>9.499</b>	<b>3.607</b>	<b>13.106</b>

MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo; <sup>1</sup> La producción de Volares no forma parte de los datos de SIMEFRE y de FABUS, o de la producción del sector. <sup>2</sup> En la producción total del ME están incluidas las unidades exportadas en KD (carrocerías parcial o totalmente desmontadas).

## MARCOPOLO – PRODUCCIÓN EN BRASIL

PRODUCTOS /MERCADOS (EN UNIDADES)	2024			2023		
	MI	ME	TOTAL	MI	ME	TOTAL
INTERURBANOS	2.830	945	3.775	2.171	931	3.102
URBANOS	2.663	145	2.808	3.793	151	3.944
MICROBÚS	2.512	154	2.673	1.258	146	1.404
<b>SUBTOTAL</b>	<b>8.012</b>	<b>1.244</b>	<b>9.256</b>	<b>7.222</b>	<b>1.228</b>	<b>8.440</b>
VOLARES	3.831	137	3.968	2.277	169	2.446
<b>TOTAL</b>	<b>11.843</b>	<b>1.381</b>	<b>13.224</b>	<b>9.499</b>	<b>1.397</b>	<b>10.896</b>

Vea las notas del cuadro Producción Mundial Consolidada por Modelo.

## PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Marcopolo mantuvo el liderazgo del mercado de carrocerías para autobús, cerrando el año con una participación del 48,4%, sin cambios substanciales en la comparación con 2023.

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

PRODUCTOS <sup>1</sup>	2020	2021	2022	2023	2024
INTERURBANOS	48,2%	49,6%	44,7%	54,1%	52,3%
URBANOS	54,4%	42,1%	50,8%	37,4%	29,4%
MICROBÚS/VOLARES	72,4%	77,3%	61,1%	65,8%	64,2%
<b>TOTAL</b>	<b>58,7%</b>	<b>56,9%</b>	<b>53,5%</b>	<b>49,3%</b>	<b>48,4%</b>

Fuente: FABUS y Marcopolo.

<sup>1</sup> Los modelos Volare se computaron como microbús para efecto de participación en el mercado.



## INGRESO NETO CONSOLIDADO

El ingreso neto consolidado llegó a R\$ 8.593,8 millones en 2024, el 28,6% superior a los R\$ 6.683,2 millones del ejercicio de 2023. El substancial crecimiento del ingreso refleja el incremento de ventas en Brasil, después de una débil base de comparación establecida en 2023 en función de la transición de la motorización al estándar Euro 6, y en las operaciones internacionales, con excepción de Argentina.

Las ventas para el mercado interno generaron ingresos de R\$ 5.478,2 millones o el 63,7% del ingreso neto total (60,1% en 2023). Las

exportaciones, sumadas a los negocios en el exterior, llegaron a un ingreso de R\$ 3.115,6 millones o al 36,3% del total (39,9% en 2023).

En 2024, del total del ingreso neto consolidado, el 70,7% se originó en las ventas de carrocerías (el 74,5% en 2023), el 21,1% de la comercialización de Volares (el 19,0% en 2023) y el 8,2% de los ingresos de piezas, del Banco Moneo y de chasis (el 6,5% en 2023).

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

### INGRESO NETO TOTAL CONSOLIDADO POR PRODUCTOS Y MERCADOS (R\$ millones)

PRODUCTOS /MERCADOS <sup>1</sup>	2024			2023		
	MI	ME	TOTAL	MI	ME	TOTAL
INTERURBANOS	1.649,1	1.390,3	3.039,4	1.141,5	1.394,0	2.535,5
URBANOS	1.023,8	1.424,1	2.447,9	1.144,8	990,9	2.135,7
MICROBÚS	539,6	46,2	585,8	267,2	38,8	306,0
SUBTOTAL CARROCERÍAS	3.212,5	2.860,6	6.073,1	2.553,5	2.423,7	4.977,2
VOLARES <sup>2</sup>	1.748,2	66,1	1.814,3	1.201,9	66,4	1.268,3
CHASIS	163,9	49,5	213,4	14,1	36,0	50,1
BANCO MONEO	192,9	0,0	192,9	144,1	0,0	144,1
PIEZAS Y OTROS	160,7	139,4	300,1	106,1	137,4	243,5
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>5.478,2</b>	<b>3.115,6</b>	<b>8.593,8</b>	<b>4.019,7</b>	<b>2.663,5</b>	<b>6.683,2</b>

<sup>1</sup> MI = Mercado interno;  
ME = Mercado Externo;

<sup>2</sup> El ingreso de los Volares incluye los chasis.

## RESULTADO BRUTO Y MÁRGENES

En 2024, el beneficio bruto totalizó R\$ 2.131,4 millones, representando el 24,8% del ingreso neto (R\$ 1.538,6 millones o el 23% del ingreso neto en 2023).

El incremento en el margen bruto refleja el mayor impulso operativo por el crecimiento del ingreso neto, mejor mix de ventas con crecimiento en modelos de mayor valor agregado y mejor desempeño del conjunto de las operaciones internacionales.

El beneficio bruto totalizó R\$ 2.131,4 millones

**24,8%**  
DEL INGRESO NETO EN 2024



## GASTOS CON VENTAS

Los gastos con ventas sumaron R\$ 352,4 millones en 2024 o el 4,1% del ingreso neto, contra R\$ 333,1 millones, o el 5% del ingreso, en 2023. El aumento de los gastos comerciales en términos absolutos refleja la colocación en funcionamiento sobre las ventas realizadas por la empresa.

## GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS

Los gastos generales y administrativos totalizaron R\$ 380,1 millones en 2024 y R\$ 305,7 millones en 2023, representando el 4,4% y el 4,6% del ingreso neto, respectivamente.

## OTROS INGRESOS/GASTOS OPERATIVOS

En 2024 se contabilizaron R\$ 18,8 millones como "Otros Gastos Operativos", contra R\$ 60,6 millones en 2023.



## RESULTADO DE LA EQUIVALENCIA PATRIMONIAL

El resultado de la equivalencia patrimonial en 2024 fue positivo en R\$ 77,5 millones, contra R\$ 38,6 millones negativos en 2023.

Las operaciones de la colombiana Superpolo agregaron R\$ 12,6 millones (R\$ 11,3 millones en 2023), mientras la coligada fabricante de aparatos de aire acondicionado Spheros trajo un impacto positivo de R\$ 22,3 millones (R\$ 16,5 millones en 2023).

El resultado de la equivalencia patrimonial fue afectado positivamente por la coligada argentina Metalpar, en el monto de R\$ 49,2 millones, relativamente a la actualización monetaria de su balance en consecuencia del escenario de hiperinflación en el país. A partir de septiembre, con la conclusión de la reorganización societaria abarcando Metalsur, Metalpar y Loma, Metalsur y Loma pasaron a ser consolidadas en los resultados de la Compañía. Metalpar dejó de integrar el grupo económico de la empresa, según el hecho relevante divulgado el día 31 de julio de 2024.

El principal impacto negativo se refiere al resultado de la operación de la canadiense NFI, penalizando la equivalencia patrimonial en R\$ 11,3 millones contra R\$ 54,5 millones también negativos en 2023.

## RESULTADO FINANCIERO NETO

El resultado financiero neto de 2024 fue positivo en R\$ 13 millones, contra un resultado también positivo de R\$ 65 millones en 2023.

El resultado financiero fue afectado negativamente por la variación cambiaria generada por la desvalorización del Real ante al dólar norteamericano sobre la cartera de pedidos en dólares. La Compañía realiza el hedge del cambio de las exportaciones en el momento de la confirmación de los pedidos de venta, asegurando el margen de los negocios. A medida que los productos se entregan y facturan, la empresa captura los efectos de la valorización o desvalorización del Real en sus márgenes operativos o en el resultado financiero.

En 2024, la empresa reconoció un impacto negativo de R\$ 6,2 millones relativamente a los intereses incidentes sobre el REFIS. Adicionalmente, el resultado financiero fue beneficiado en R\$ 39,3 millones, en función de la controlada argentina Metalsur, que constató un resultado financiero positivo asociado a la actualización monetaria del balance por hiperinflación en el país.



## EBITDA

El EBITDA llegó a R\$ 1.625,2 millones en 2024, con un margen del 18,9%, contra R\$ 946,9 millones y margen del 14,2% en 2023.

El EBITDA fue afectado positivamente por el impulso operativo asociado al crecimiento del ingreso, evolución del mix de ventas con el aumento de volúmenes de productos con mayor valor agregado y recomposición de los márgenes y resultados en las operaciones internacionales y coligadas.

De forma no recurrente, el EBITDA fue beneficiado en R\$ 49,2 millones debido al resultado de la equivalencia patrimonial de la coligada argentina Metalpar. Por otro lado, el EBITDA fue impactado negativamente, de forma no recurrente, en R\$

5,9 millones por el REFIS, en R\$ 7,3 millones por el resultado del tercer trimestre de la coligada canadiense NFI y en R\$ 16,8 millones por la complementación de provisión realizada en el cuarto trimestre, asociada a la remuneración variable de los colaboradores, en función de la amplia superación de los objetivos de la empresa, con indicadores de rentabilidad llegando a niveles récord.

Ajustados por los efectos mencionados, el EBITDA de 2024 llegaría a R\$ 1.606 millones, con margen del 18,7%.

La tabla siguiente destaca las cuentas que componen el EBITDA:

R\$ MILLONES	2024	2023
RESULTADO ANTES DEL IR Y CS <sup>1</sup>	1.470,6	865,5
INGRESOS FINANCIEROS	-716,0	-722,2
GASTOS FINANCIEROS	703,0	657,2
DEPRECIACIONES / AMORTIZACIONES	167,6	146,4
<b>EBITDA</b>	<b>1.625,2</b>	<b>946,9</b>

<sup>1</sup> IR = Impuesto sobre la Renta; CS = Contribución Social

## BENEFICIO NETO

El beneficio neto de 2024 llegó a R\$ 1.222,4 millones, con un margen neto del 14,2%, contra R\$ 810,8 millones y margen neto del 12,1% en 2023. El incremento de los resultados ante 2023 es reflejo de los factores detallados en el EBITDA y en el resultado financiero. El resultado representa un récord histórico, con un crecimiento del 50,8% en el beneficio neto en la comparación con 2023.

El beneficio neto de 2024 llegó a

# R\$ 1.222,4 MILLONES

**CON UN MARGEN NETO DE 14,2%**

## ENDEUDAMIENTO FINANCIERO

El endeudamiento financiero neto totalizaba R\$ 1.158,1 millones el 31.12.2024 (R\$ 814,5 millones el 31.12.2023). De ese total, R\$ 1.032,6 millones eran provenientes del segmento financiero (Banco Moneo) y R\$ 125,5 millones del segmento industrial.

Cabe resaltar que el endeudamiento del segmento financiero proviene de la consolidación de las actividades del Banco Moneo y se debe analizar separado, una vez que posee características distintas del proveniente 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 del FINAME (Fondo de Financiamiento para la Adquisición de Maquinaria y Equipo), cada desembolso oriundo de BNDES (Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social) tiene la exacta contrapartida en la cuenta por cobrar de clientes del Banco Moneo, tanto en plazo como en tasa fija.

El 31 de diciembre, el endeudamiento financiero neto del segmento industrial representaba 0,1 vez el EBITDA de los últimos 12 meses.



## GENERACIÓN DE EFECTIVO

En 2024, las actividades operativas generaron recursos de R\$ 1.244,1 millones. Las actividades de inversión, habiéndose deducido los dividendos recibidos de empresas coligadas, demandaron R\$ 319,3 millones, mientras las actividades de financiamiento consumieron R\$ 393,1 millones.

Como resultado, el saldo inicial de caja de R\$ 1.605,7 millones, considerando las aplicaciones financieras no disponibles y deduciendo R\$ 38,8 millones relativos a la diferencia entre la variación cambiaria y la variación de las cuentas relativas a las aplicaciones financieras no disponibles, aumentó a R\$ 2.098,6 millones a fin de año.



## GENERACIÓN DE VALOR

El valor económico directo generado y distribuido por Marcopolo en 2023 y 2024 sucedió de la siguiente manera:

	2023 (R\$ MIL)	2024 (R\$ MIL)
<b>DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AGREGADO</b>	<b>2.641.416</b>	<b>3.786.529</b>
REMUNERACIÓN DIRECTA	953.201	1.350.963
BENEFICIOS	137.236	180.202
FGTS	51.034	62.269
PERSONAL	1.141.471	1.593.434
FEDERALES	65.265	360.476
ESTATALES	-51.444	-114.235
MUNICIPALES	2.199	3.001
IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	16.020	249.242
GASTOS FINANCIEROS	675.213	702.978
ALQUILERES	15.901	18.498
REMUNERACIÓN DE CAPITALES DE TERCEROS	673.114	721.476
INTERESES SOBRE EL CAPITAL PROPIO Y DIVIDENDOS	175.168	364.124
GANANCIA RETENIDA DE LOS EJERCICIOS	635.643	858.253
GANANCIAS DEL EJERCICIO, INTERESES SOBRE CAPITAL PROPIO Y DIVIDENDOS	810.811	1.222.377



## DESEMPEÑO DE LAS CONTROLADAS Y COLIGADAS

### BANCO MONEO

En 2024, el banco presentó una ganancia neta de R\$ 35,1 millones (R\$ 28,3 millones en 2023). El banco mantuvo la política de priorizar la calidad de su cartera de crédito, por medio de un riguroso sistema de evaluación y aprobación, ampliando sus operaciones de forma estructurada a medida que sucede la evolución del propio mercado brasileño de autobús.

El Banco Moneo presentó

# R\$ 35,1 MILLONES

## DE BENEFICIO NETO EN 2024

### CONTROLADAS EN EL EXTERIOR

En 2024, las unidades controladas en el exterior entregaron 2.397 unidades, el 6% superior a 2023 (2.262 unidades). A continuación, se presentan los principales destaques de cada unidad.

#### MARCOPOLO ARGENTINA (METALSUR)

En 2024, la operación argentina entregó 163 unidades (todas del segmento interurbano), lo que significa un retroceso del 60,9% en relación con 2023. La caída acentuada de volúmenes ilustra el difícil escenario macroeconómico de Argentina, especialmente en el primero semestre. A partir del tercer trimestre, la controlada vio fortalecer su cartera de pedidos, llegando al *break-even* y, a fines de 2024, las entregas aceleraron y mantienen óptimas perspectivas. Metalsur concluyó 2024 con una ganancia neta de R\$ 75,7 millones (R\$ 65,1 millones negativos en 2023), siendo beneficiada, de forma no recurrente, por el resultado financiero positivo asociado a la actualización monetaria del balance por hiperinflación en el país, compensando la pérdida que se constató en 2023.

#### MARCOPOLO CHINA (MAC)

MAC cuenta con un área de *sourcing*, producción de piezas, componentes y carrocerías de autobús, así como de producción de autobús en PKD para la exportación. La unidad, que no vende al mercado interno chino y exporta a países de Asia, África y Oceanía, se transformó en una unidad de producción de carrocerías sobre nuevos tipos de propulsiones, especialmente autobuses eléctricos y a hidrógeno, así como en un centro de desarrollo de alianzas estratégicas. En 2024, la controlada presentó un resultado negativo de R\$ 12,2 millones, contra R\$ 12,7 millones también negativos en 2023.

#### MARCOPOLO AUSTRALIA (VOLGREN)

La unidad australiana entregó 582 unidades en 2024 (un aumento del 43% en relación con las 407 entregadas en 2023). El impulso operativo, sumado a la recomposición de precios por la transferencia de los aumentos de costos realizada en 2023, permitieron que la controlada llegara a un beneficio neto de R\$ 85,8 millones (R\$ 4,8 millones en 2023).

#### MARCOPOLO MÉXICO (POLOMEX)

La operación mexicana entregó 1.063 unidades en 2024, el 8,4% superior a 2023. El buen desempeño del mercado de interurbanos, incluso con ventas del modelo G8 en el país, ha contribuido para los resultados de la controlada. Polomex llegó a un beneficio neto de R\$ 51,8 millones en 2024 (R\$ 40 millones en 2023).

#### MARCOPOLO SUDAFRICA (MASA)

En 2024, MASA entregó 454 unidades, lo que significa un aumento del 25,4% con relación a 2023. A través de la venta de productos de mayor valor agregado y de mayor impulso operativo, la controlada sigue mejorando su rentabilidad, presentando un beneficio neto de R\$ 14,9 millones en 2024 (R\$ 11,6 millones en 2023).



## COLIGADAS EN EL EXTERIOR

### MARCOPOLO COLOMBIA (SUPERPOLO)

La unidad colombiana presentó resultados crecientes en 2024, con una evolución de volúmenes y composición de mix de ventas. La coligada presentó una equivalencia patrimonial de R\$ 12,6 millones, contra R\$ 11,3 millones en 2023.



### NFI GROUP INC (CANADÁ)

Con sede en Canadá, la compañía ha sufrido con la falta de componentes e inflación sobre la larga cartera de pedidos desde la pandemia. En 2024, la coligada verificó un resultado negativo de R\$ 11,3 millones en la equivalencia patrimonial, contra R\$ 54,5 millones también negativos en 2023.

## AUDITORES INDEPENDIENTES

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

Durante el ejercicio 2024, KPMG Auditores Independientes Ltda. fue contratada para servicios de auditoría de los estados financieros y otros servicios no relacionados con auditoría. Con relación a los servicios de no auditoría, la Compañía tiene por procedimiento la obtención de la aprobación previa del Comité

de Auditoría, de tal forma a evitar la existencia de conflicto de interés, pérdida de independencia u objetividad de sus auditores independientes.

La responsabilidad por las definiciones inherentes a los procedimientos ejecutados y su aplicación son prerrogativas de la Administración. Así, tanto la Compañía como sus auditores externos entienden que tales servicios no afectan la independencia profesional.

HONORARIOS DE AUDITORÍA Y NO AUDITORÍA	2024 (R\$ MIL)
HONORARIOS DE AUDITORÍA	1.204
HONORARIOS DE NO AUDITORÍA	372
<b>TOTAL</b>	<b>1.576</b>



# MERCADO DE CAPITALES

## CAPITAL SOCIAL

El 31 de diciembre de 2024, el capital social de la Compañía era de R\$ 2.334.052.461,60, dividido en 1.136.271.458 acciones, de ellas 409.950.893 acciones ordinarias (36,1%) y 726.320.565 (63,9%) acciones preferidas, todas nominativas, escriturales y sin valor nominal.

# R\$ 2.334.052.461,60

## CAPITAL SOCIAL DA MARCOPOLO A FINALES DE 2024

## DESEMPEÑO DE LAS ACCIONES DE MARCOPOLO EN B3

En 2024, transacciones con acciones de Marcopolo movieron R\$ 16.804 millones. La participación de inversionistas extranjeros en el capital social de Marcopolo sumaba, el 31 de diciembre, el 58,1% de las acciones preferidas y el 39,5% del capital social total. Al final del período, la Compañía poseía 67.239 accionistas.

En el segundo semestre, la empresa realizó la recompra de acciones para tesorería, según se anunció el 22 de agosto de 2024.

A partir del día 3 de enero de 2025, Marcopolo volvió a integrar el Ibovespa, que es el principal índice de acciones del mercado de capitales brasileño.

La tabla siguiente demuestra la evolución de los principales indicadores relacionados al mercado de capitales:

INDICADORES	2024	2023
VALOR TRANSACCIONADO (R\$ MILLONES)	16.804,0	8.541,0
VALOR DE MERCADO (R\$ MILLONES) <sup>1 2</sup>	8.385,7	6.675,6
ACCIONES EXISTENTES	1.136.271.458	946.892.882
VALOR PATRIMONIAL POR ACCIÓN (R\$)	3,42	3,77
COTIZACIÓN POMO4 AL FINAL DEL PERÍODO (R\$)	7,38	7,05

- <sup>1</sup> Cotización de la última transacción del período de la acción Preferida (POMO4), multiplicado por el total de las acciones (ordinarias y preferidas) existentes en el mismo período.
- <sup>2</sup> De ese total, 10.188.729 acciones preferidas estaban en tesorería el 31.12.2024.



## DIVIDENDOS/INTERESES SOBRE EL CAPITAL PROPIO

El valor total de ingresos distribuidos en 2024 totalizó R\$ 580,7 millones o R\$ 0,55 por acción. El valor equivale al 47,5% del beneficio neto en 2024 y representa un yield (dividendo por acción/cotización de la acción preferida al final del ejercicio) del 6,4%.

El valor total de ingresos distribuidos en 2024

# R\$ 580,7 MILLONES

**EQUIVALE A 47,5%  
DEL BENEFICIO NETO**

## INVERSIONES/INMOVILIZACIONES

En 2024, Marcopolo invirtió R\$ 344,6 millones en su inmovilizado, de los cuales R\$ 156,4 millones se destinaron a la controladora y se aplicaron de la siguiente forma: R\$ 84,3 millones en máquinas y equipos, R\$ 21,5 millones en edificios y mejoras, R\$ 26,7 millones en equipos de informática y softwares, R\$ 19,6 millones en vehículos y R\$ 4,3 millones en otras inmovilizaciones. En las controladas, se invirtieron R\$ 188,2 millones, de ellos R\$ 146,7 millones en Volare Veículos (São Mateus), R\$ 17,6 millones en Apolo (Plásticos), R\$ 6,8 millones en Marcopolo Argentina, R\$ 9,5 millones en Marcopolo México, R\$ 3,9 millones en Marcopolo Australia, R\$ 2,3 millones en Marcopolo África do Sul y R\$ 1,4 millón en las demás unidades.

## HECHOS RELEVANTES Y COMUNICADOS AL MERCADO

El 22 de febrero de 2024, Marcopolo comunicó al mercado sobre la emisión de nuevas acciones mediante la capitalización de reservas existentes el 31 de diciembre de 2023, con una bonificación del 20% sobre la posición existente el 7 de marzo de 2024. El costo atribuido a las nuevas acciones fue de R\$ 5,28.

El 31 de julio de 2024, la Compañía informó al mercado sobre la reorganización societaria de sus operaciones en Argentina, a través de la cual permutó la totalidad de su participación en la empresa argentina Metalpar Argentina S.A., equivalente al 50% de su capital social, por el 30% de Metalsur Carrocerías S.R.L., pasando a tener el 100% del capital social de esta sociedad.

El 23 de diciembre de 2024, la Compañía comunicó la aprobación para la adquisición, por USD 4 millones, del 40% de la empresa chilena Reborn Electric Motors SpA.

# 04

## GESTIÓN DE PERSONAS





# CONOCIENDO AL EQUIPO MARCOPOLO

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

El equipo global de Marcopolo en diciembre de 2024 estaba compuesto por 15.803 colaboradores, distribuido en siete países, estando el 81,4% concentrado en Brasil. En términos de género, las mujeres representan el 22,2% de la fuerza laboral en Brasil y el 10,8% en las unidades en el exterior, totalizando el 22,1% de los colaboradores.



Marcopolo viene desarrollando acciones para valorar la diversidad en sus diversas formas. En 2023 se lanzó un programa de Cultura Inclusiva, con reuniones de alineación del equipo de gestión en las unidades brasileñas. Se desarrollaron cartillas explicativas y capacitaciones, disponibles en la Universidad Marcopolo, y una campaña de comunicación denominada Somos Diversos.

Como parte del proceso de diversidad, Marcopolo viene promoviendo el crecimiento del número de mujeres en puestos de gestión en todas sus unidades. En Brasil, este número viene creciendo en los últimos cuatro años, pasando del 6,9% en 2021 al 8,2% en 2022, al 10% en 2023 y al 11% en 2024, resultando en un incremento del 59,4% en el período.

En las unidades en el exterior, este porcentaje se ha mantenido estable entre el 13 y el 15%.

COLABORADORES POR GÉNERO Y TIPO DE EMPLEO				
GÉNERO	MODALIDAD	BRASIL	EXTERIOR	TOTAL
HOMBRES	INTEGRAL	9.826	2.583	12.409
	APRENDIZ	147	27	174
	PASANTES	28	11	39
	<b>TOTAL</b>	<b>10.001</b>	<b>2.621</b>	<b>12.622</b>
MUJERES	INTEGRAL	2.761	305	3.066
	APRENDIZ	79	8	87
	PASANTES	23	5	28
	<b>TOTAL</b>	<b>2.863</b>	<b>318</b>	<b>3.499</b>
<b>TOTAL</b>		<b>12.864</b>	<b>2.939</b>	<b>15.803</b>

% PERSONAS EN PUESTOS DIRECTIVOS POR GÉNERO	GÉNERO	BRASIL	EXTERIOR
	HOMBRES	89	87
	MUJERES	11	13

Desde 2004, la empresa mantiene el Programa Envolver, enfocado en la inclusión de personas con discapacidad (neuro diversas) en las unidades brasileñas. Los participantes del programa son capacitados para realizar diversas actividades y son monitoreados por un equipo especializado.





## RELACIÓN CON LOS COLABORADORES

Marcopolo busca mantener una relación con sus colaboradores basada en sus cinco comportamientos ganadores: transparencia, confianza, compromiso, sentido de propiedad y colaboración.

La empresa cuenta con diversos canales de comunicación para mantener informado a su equipo de colaboradores sobre diversos temas, como intranet, boletín semanal, grupos de WhatsApp, murales informativos y revista impresa, que forman parte de la Red ViaPolo. También se ponen a disposición canales de escucha, como se muestra en el capítulo 2 de este informe. Las unidades exteriores utilizan canales adaptados a sus necesidades.

También se celebran reuniones periódicas de alineación con directivos y equipos de todas las unidades. En Brasil, las reuniones generales se realizan entre todos los colaboradores y el presidente del consejo de administración y el presidente de la empresa (CEO).



Encuentro Marcado en la Unidad São Cristóvão - Brasil

En todas las unidades se realizan acciones de relacionamiento con los colaboradores para fomentar el compromiso, como fechas festivas, celebraciones de resultados, aniversarios de unidad y reconocimientos por antigüedad. Como destacados, tuvimos la celebración de los 75 años de Marcopolo Brasil, los 45 años de Marcopolo Australia (Volgren) y los 10 años de la Unidad São Mateus.



75° Aniversario de Marcopolo - Brasil



10° Aniversario de la unidad de São Mateus - Brasil



45° Aniversario de Volgren - Australia



Día del colaborador - Sudafrica



Premio 25 Años de Honor al Mérito - Brasil

## SATISFACCIÓN DE LOS COLABORADORES

Desde 1997, Marcopolo realiza encuestas periódicas para monitorear la satisfacción de sus colaboradores. En 2024 se realizó otra encuesta global de clima organizacional, utilizando la metodología *Great Place to Work* (GPTW). La encuesta contó con la participación de 9.444 colaboradores y tuvo un índice de favorabilidad general del 72%. Los resultados de la encuesta, junto con los 15.437 comentarios realizados por los participantes, se utilizaron como base para el desarrollo de planes de acción en cada una de las unidades en Brasil y en el exterior. Estos planes son monitoreados mediante una metodología de gestión de proyectos, con informes bimensuales a la junta directiva.

El resultado de la encuesta en Brasil, que fue 75% favorable, también permitió la certificación de GPTW como un excelente lugar para trabajar para las unidades locales.



Celebración de la Certificación GPTW - Brasil

## CAPACITACIÓN DE COLABORADORES

Marcopolo invierte constantemente en la capacitación de sus colaboradores para garantizar un buen desempeño en los negocios actuales y futuros. En 2024, se impartieron 405.331 horas de formación, con un promedio de 33 horas por colaborador/año en todas las unidades. La empresa también ofrece fácil acceso a programas de calificación para la comunicación en inglés y español.

La Universidad Marcopolo ofrece a sus colaboradores la oportunidad de participar en capacitaciones en línea, con un promedio de 1.935 accesos mensuales en 2024. La plataforma está disponible para unidades en Brasil, Argentina, Colombia, México, Australia y Sudáfrica.

Desde 1990, la empresa mantiene la Escuela de Formación Profesional Marcopolo (EFPM), que trabaja para formar jóvenes aprendices de la comunidad de Caxias do Sul. En 2024, la EFPM capacitó a 46 profesionales en los cursos de Soldador Montador, Electricista de Vehículos y Mecánico de Vehículos, habiendo seleccionado otros 100 jóvenes para el período de 2025.

El curso se realiza en colaboración con el SENAI (Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial) y la Fundación de Asistencia Social de Caxias do Sul (FAS).



Ceremonia de Graduación de la Escuela de Formación Profesional Marcopolo 2024



## BENEFICIOS PARA LOS COLABORADORES Y SUS FAMILIAS

Marcopolo ofrece diversos beneficios a los colaboradores y sus familias, alineados a las necesidades y legislación de cada país y localidad. La mayoría de los beneficios se centran en programas de salud y calidad de vida. La empresa también ofrece licencias de maternidad y paternidad ampliadas para las unidades asociadas.

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



Visita de Niños - México



Entrevero Farroupilha - Caxias - Brasil



Fiesta de Navidad - Caxias - Brasil



Festa de São João - São Mateus - Brasil



Día de la Familia - Australia



Campeonato de Tejo - Colombia



Día de la Familia - China



Visita de los Niños - Argentina



## DERECHOS HUMANOS

Marcopolo está comprometida a garantizar que los derechos humanos básicos se apliquen en todas sus operaciones en Brasil y en el exterior. Este compromiso abarca los siguientes temas: trabajo infantil, trabajo esclavo, salud y seguridad, libertad de asociación, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, compensación y reparación. La Política de Derechos Humanos está formalmente registrada en el Código de Conducta de la empresa.



## RELACIONES LABORALES

Los colaboradores de unidades brasileñas y extranjeras tienen derecho a asociarse libremente a sindicatos representativos de las categorías profesionales a las que pertenecen, con reconocimiento de la empresa.

En Brasil, el 100% de los colaboradores están cubiertos por acuerdos de negociación colectiva y, en el exterior, la afiliación depende de la categoría profesional. La empresa busca mantener una buena relación con las distintas entidades sindicales a través de representantes de ambas partes, de forma abierta y transparente.



## SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD

Cuidar la salud y la seguridad de los colaboradores es un compromiso de las empresas Marcopolo. El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud de Marcopolo Brasil está certificado por la norma ISO 45.001. Las unidades en el extranjero siguen la legislación aplicada localmente, con equipos especializados trabajando en todas las plantas. Los indicadores de estos procesos son evaluados periódicamente por la Dirección. 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 en seguridad en el desempeño de sus actividades, operación de maquinaria y equipos y utilización de Equipos de Protección Individual (EPI) y Equipos de Protección Colectiva (EPC), según sus necesidades.

## GESTIÓN DE LA SALUD

La empresa cuenta con ambulatorios de asistencia médica y asistencia ocupacional para sus colaboradores en todas sus unidades de Brasil y del exterior. En las unidades de Caxias do Sul, la empresa también cuenta con cabinas de teleasistencia médica, donde los colaboradores pueden recibir atención de telemedicina de los médicos del plan de salud. Los colaboradores y sus familias en las unidades brasileñas tienen acceso a un plan de atención médica y dental como beneficio. Además, algunas unidades en el extranjero, como Argentina y México, también ofrecen planes de seguro de salud.

En 2024 se realizaron diversas actividades de salud, como campañas de vacunación y acciones de prevención, tales como: Enero Blanco, Septiembre Amarillo, Octubre Rosa y Noviembre Azul, tanto en Brasil como en algunas unidades del exterior. Además, en las unidades de Caxias do Sul se pusieron a disposición salas de apoyo a la lactancia materna para uso de las colaboradoras al regresar de la licencia de maternidad.

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

En Brasil, este seguimiento está establecido por la NR 07 (norma reguladora), abarcando el Programa de Control Médico de Salud del Trabajador (PCMSO) y el Programa de Conservación Auditiva (PCA). Los datos de salud sirven como referencia para las acciones de programas de prevención y bienestar colectivo, manteniéndose 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 nexos.



Sala de Lactancia Materna – Brasil



Atención médica a la colaboradora - Brasil



Octubre Rosa – México



## GESTIÓN DE SEGURIDAD

Los equipos especializados en seguridad trabajan en conjunto con otras áreas para identificar, eliminar o minimizar la exposición de los colaboradores a los riesgos, con el objetivo de ofrecer un entorno seguro y saludable.

La empresa ofrece sistemas de protección individual y colectiva para los colaboradores de todas las unidades según su área de actividad y función. Los visitantes y terceros también están cubiertos, según sea necesario. Las plantas industriales cuentan con señalización adecuada para cumplir con los requisitos de seguridad y riesgo ambiental.

Algunas de las herramientas utilizadas son las Observaciones de Seguridad, los Diálogos de Seguridad y los kaizens, que forman parte de la filosofía Lean. En Marcopolo Brasil, se implementó el Registro de Incidentes de Trabajo (RIT), un canal digital de identificación de condiciones de riesgo, que puede ser utilizado de forma anónima o identificada.

Miembros de los Comités Internos de Prevención de Accidentes (CIPA) y del Equipo Interno de Combate de Incendios (EICi) apoyan la realización de inspecciones de seguridad en los distintos ambientes 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, con base en descripciones de puestos de trabajo. Las hojas de cálculo de riesgos y daños, recomendadas por la norma ISO 45001, se actualizan siempre que se producen cambios en el proceso productivo, un cambio de distribución o un accidente de trabajo. Las acciones para mitigar y reducir estos riesgos se abordan con planes de trabajo específicos.

La información sobre salud y seguridad se divulga a los colaboradores a través de la red ViaPolo y por los gerentes en las reuniones de Shop Floor.

También se realizan formaciones generales de seguridad y formaciones específicas para determinadas funciones, según lo definen las Normas Regulatorias (NR). Estas capacitaciones están dirigidas a nuevos colaboradores, colaboradores que cambian de puesto y para reciclarse.



Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAMAR) - Brasil



Colaboradora con Equipo de Protección para Soldadura

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 difundir la cultura de seguridad, buscando aumentar la conciencia de los colaboradores sobre la prevención de riesgos.

# 05

## RELACIÓN CON PARTES INTERESADAS





# RELACIÓN CON PARTES INTERESADAS

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

Marcopolo mantiene una relación de transparencia, respeto y confianza con sus principales públicos de interés, que incluyen clientes, inversionistas, proveedores, red de representantes y concesionarios, armadoras de chasis y comunidad en general. La relación con los colaboradores está contemplada en el capítulo 4 de este informe.

Diversos canales de comunicación se utilizan para acercarse a los clientes y al público en general, tales como Servicio de Atención al Consumidor (SAC - 0800) y plataformas digitales (correos electrónicos, sitios, Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube). La presencia en las medias sociales permite la interacción permanente con los públicos, fortaleciendo la reputación de sus marcas y sus productos.



## RELACIÓN CON CLIENTES

La satisfacción de los clientes es uno de los valores de Marcopolo, siendo ellos la razón de su existencia. La empresa hace esfuerzos para identificar lo que genera valor para el cliente, ofreciendo productos y servicios que atiendan sus necesidades y expectativas.

Además de los canales de comunicación, la relación con los clientes también se hace por intermedio de la red de representantes y concesionarios, que ayudan en el compartimiento de informaciones y en el desarrollo de acciones regulares enfocadas en la aproximación.

La satisfacción de los clientes se evalúa periódicamente, por medio de encuestas específicas conducidas por las áreas Comercial, Calidad y Post Ventas. Las informaciones que se recogen se usan para orientar mejoras en procesos y productos, sirviendo de fuente para acciones de las áreas comerciales y de ingeniería de desarrollo.

El área de Post Ventas es responsable por acciones de entrenamiento en operación y mantenimiento de los productos para clientes, representantes y concesionarios de las marcas Marcopolo, Volare y Neobus. Esos entrenamientos mantienen los equipos de campo capacitados para hacer mantenimientos preventivos y correctivos en las carrocerías, además de compartir conocimientos sobre nuevas tecnologías embarcadas. Las unidades en el extranjero también realizan entrenamientos para sus clientes locales, que pueden suceder en el formato presencial y Enseñanza a Distancia (EAD).



Entrega de placa al cliente Cotrans - Colombia



Convención de Ventas - Mercado Externo

### ENTRENAMIENTOS PARA CLIENTES 2024

MERCADO INTERNO Y EXTERNO	BRASIL	EXTERIOR
N.º DE PARTICIPANTES	1.056	307
HORAS	8.463	2.673



## RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

Marcopolo da un tratamiento justo e igualitario a todos los inversionistas minoritarios, ya sean del capital o de las demás partes interesadas (stakeholders). Utiliza altos estándares de transparencia en la divulgación de resultados, con el objetivo de establecer un clima de confianza, tanto internamente como en las relaciones de la empresa con terceros.

En 2024, la empresa realizó reuniones con la Asociación de los Analistas y Profesionales de Inversiones del Mercado de Capitales (APIMEC), participó de diversas conferencias y *non-deal roadshows* promovidos por instituciones financieras en Brasil y en el exterior, manteniendo una atención permanente a analistas e inversionistas. Marcopolo también realizó su *Investor Day* presencial, con transmisión en vivo a través de su página de Relaciones con Inversionistas. El website del área de relaciones con inversionistas posee contenido actualizado para atender al público inversionista. Acceda: [ri.marcopolo.com.br](https://ri.marcopolo.com.br)

## RELACIÓN CON PROVEEDORES

La relación de Marcopolo con la cadena de suministros abarca el desarrollo de proveedores y materiales, la negociación de condiciones comerciales, el monitoreo y control durante del proceso de suministro de los requisitos de calidad, entrega y directrices de *Compliance* negociados antes, además del soporte y gobernanza de la performance del propio proceso de compras.

El principal medio de comunicación con la cadena de suministros es la página web denominada Portal de Proveedores Marcopolo, donde se hace el intercambio de informaciones y documentos referentes a los procesos de registro, segmentación, selección, contratación, abastecimiento y monitoreo de compras.

Acceda a: <https://portaldefornecedores.marcopolo.com.br/>

La cadena de suministros está distribuida entre proveedores localizados en el mismo estado de las unidades industriales y proveedores de otros estados o países.

## DISTRIBUCIÓN DE LA CADENA DE PROVEEDORES POR PAÍS

En 2024, la empresa inició un proyecto de *Global Sourcing*, con el objetivo de establecer una mayor sinergia de sus procesos de compras internacionales, así como para obtener un diferencial competitivo por medio de una gobernanza integrada.

PAÍS/CADENA DE PROVEDOR	PROVEEDORES DEL ESTADO DONDE LA EMPRESA ESTÁ LOCALIZADA	PROVEEDORES DE OTROS ESTADOS	PROVEEDORES DE OTROS PAÍSES
BRASIL	61%	36%	3%
SUDAFRICA	95%	4%	1%
ARGENTINA	65%	35%	0%
AUSTRALIA	94%	0	6%
CHINA	72%	27%	1%
COLOMBIA	60%	34%	6%
MEXICO	51%	40%	9%



## RELACIÓN CON COMUNIDADES

Marcopolo tiene el compromiso de contribuir para el desarrollo de las comunidades donde está insertada. Todas las unidades en Brasil y en el extranjero buscan realizar acciones que puedan involucrar a las personas de su entorno, como conferencias en escuelas, incentivo al voluntariado, donaciones a instituciones sociales y apoyo en situaciones de emergencia.



Donación a Orfanato - África del Sur

## FUNDACIÓN MARCOPOLO

En Brasil, la relación con las comunidades la conduce principalmente la Fundación Marcopolo.

Instituida en 1988, la Fundación Marcopolo es una organización sin fines de lucro que actúa en cinco pilares fundamentales: educación, cultura, deporte, hacer el bien y sinergia social. Su principal responsabilidad es potencializar ciudades y amplificar los talentos de sus estudiantes, trabajando en sinergia con aliados con la misma vocación: empresas, entidades gubernamentales, otras fundaciones y cualesquiera iniciativas dedicadas a promover un mundo mejor.

## PILAR EDUCACIÓN

La Fundación Marcopolo se dedica a la formación de ciudadanos por medio de programas de desarrollo para jóvenes y profesores. En 2024, más de 65.000 estudiantes de escuelas públicas fueron beneficiados por los programas de educación.

Las actividades del **Día E de la Educación, Muestra Científica y Periodista por un Día** contaron con la participación de más de 50.000 personas entre estudiantes y profesores de toda la Sierra Gaúcha. El objetivo fue perfeccionar la discusión de temas emergentes de la actualidad, como pensamiento científico, escrita creativa y sostenibilidad.



Día E de la Educación - Caxias do Sul



Actividad de entrenamiento de la Escuela Marcopolo de Creatividad

A su vez, la Escuela Marcopolo de Creatividad, que está en su tercer año, generó una oportunidad de participación para más de 400 jóvenes de Caxias do Sul (RS), Farroupilha (RS) y São Mateus (ES), por medio de actividades de entrenamiento realizadas después del horario escolar. Las actividades incluyen laboratorios de física, biología, pensamiento computacional, escrita creativa, cine, música, ilustración, diseño, moda, sostenibilidad y reciclaje, entre otras.

## PILAR CULTURA

Considerando la cultura como propulsora de transformación social, la Fundación promueve actividades que amplían el repertorio cultural de la juventud local. En Caxias do Sul, alianzas viabilizaron proyectos como Cinema de Verano, Cinema en las Escuelas, Tratado de Paz, Causos e Gaitas, Festival Especial (dedicado a personas con discapacidad) y Feria del Libro. En São Mateus, iniciativas como Mostra Povoar, Raízes de Africanidade y Centro Cultural Araçá atendieron a más de 120.000 personas



Mostra Povoar - São Mateus



## PILAR DEPORTE

La Sede Recreativa en Caxias do Sul está equipada con uno de los mejores complejos deportivos del Estado, donde se realizan diversas actividades de interés público en alianza con instituciones municipales y estatales.

Las escuelas deportivas de voleibol, fútbol, balonmano y tenis se hacen a través de leyes de incentivo, alianzas y recursos de la propia Fundación Marcopolo, ofreciendo 500 vacancias gratuitas para estudiantes de escuelas públicas e hijos de colaboradores.



Escuela de Fútbol Infantil - Caxias do Sul

Además, la Fundación promueve un calendario anual de juegos y torneos con 19 modalidades deportivas para colaboradores y sus familiares, atendiendo aproximadamente a 3.000 participantes.

En 2024, se realizaron proyectos como Copinha Zona Norte, la Taza Fundación Marcopolo y otros campeonatos como fútbol, futsal y fútbol siete con la participación de cerca de 2.500 jóvenes de toda la comunidad caxiense.

Desde 2022, la Sede Recreativa genera su propia energía por medio de un sistema fotovoltaico, reduciendo el consumo de energía en más del 80%.



Campeonatos Internos - Caxias do Sul

## PILAR SINERGIA SOCIAL

Fundación Marcopolo actúa en sinergia con otras empresas, instituciones y gobiernos federal, estatales y municipales, juntando fuerzas y recursos para una actuación conjunta.

También presentó el programa El Futuro Que Queremos, que promueve conferencias, simposios, misiones y actividades en escuelas para ampliar la consciencia sobre preservación ambiental, uso de energías limpias, educación para todos y valorización de la educación.



Encuentro: O Futuro que Queremos

## PILAR HACER EL BIEN

En el año 2024, Rio Grande do Sul enfrentó uno de los momentos más desafiantes de su historia: la reconstrucción del Estado después de las inundaciones. Fundación Marcopolo destinó más de R\$ 5 millones de recursos propios para atender familias e instituciones en las áreas afectadas. La Fundación sigue participando del Comité Gestor SOS Inundaciones RS, gestionando y fiscalizando recaudaciones financieras de cerca de R\$ 130 millones, en alianza con otras instituciones del Estado.

Adicionalmente, ofreció seguimiento psicológico continuo a cerca de 50 jóvenes de las casas hogar de Caxias do Sul

## SÃO MATEUS

Fundación Marcopolo actúa en São Mateus - ES promoviendo iniciativas culturales, educativas y deportivas que fortalecen el vínculo con colaboradores y con la comunidad local. Entre las acciones realizadas están eventos como la Fiesta de São João y la Fiesta de Navidad, actividades deportivas con seis modalidades en los Juegos Internos, además de Escuela Marcopolo de Creatividad, que ofrece talleres de cine después del horario escolar. La Fundación también apoya proyectos de valorización de la identidad local, como el Centro Cultural Araçá, Raíces de Africanidade y escuelas quilombolas de la región.



Proyecto Raíces de Africanidade - São Mateus



## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

En 2024, Marcopolo fue agraciada con diversos premios y reconocimientos por su actuación en distintos campos de la sociedad.

### Febrero

**Premio Lótus 2024** - Editora Frota & Cia

1. Marcopolo recibe Premio en la categoría: Marca de Carrocería de Autobús y Marca de Carrocería de Interurbanos
2. Volare recibe Premio en la categoría Marca de Microbús

### Marzo

**Marcas de Quienes Deciden 2024** - Jornal do Comércio/Qualidata

1. Marcopolo es líder en la categoría: Fábrica de Autobús y Destaque como Marca Gaúcha Innovadora y Gran Marca Gaúcha del Año
2. Volare recibe Premio en la categoría: Fábrica de Autobús

**100 Empresas + Influyentes en Movilidad Urbana de Brasil en 2024** -

Plataforma Connected Smart Cities, en alianza con Mobilidade Estadão  
Categoría: Fabricantes y Operadores de Transporte Público



Premio Marcas de Quienes Deciden 2024



Premio Eficiencia - Australia

### Abril

**Las 100 Empresas Más Influyentes de Brasil**

- Veja Negócios y LIDE (Grupo de Líderes Empresariales)

**Top of Mind RS AMANHÃ 2024** - Revista Amanhã

13º Lugar Top of Mind Rio Grande do Sul en la categoría Grandes Marcas/Empresa

### Agosto

**52º Premio Exportación RS** - ADVB/RS

Distinción especial Diamante - por haber recibido el Premio por 10 ediciones y Destacques Sectoriales, categoría Industria

**51ª edición del premio EXAME Melhores & Maiores** - Revista Exame

Clasificada en la segunda colocación en la categoría Bienes de Capital y Electroelectrónicos

### Septiembre

**Ranking Valor 1000** - Jornal Valor Econômico

Marcopolo quedó en tercer lugar en el Sector Vehículos y Piezas, con destaque para los criterios Margen de EBITDA, Rentabilidad e Impulso Financiero, con la segunda posición. En el ranking de las 1.000 Mayores del País, quedó en la 187ª colocación, avanzando 40 posiciones, y en la 37ª en la Región Sur, subiendo 12 posiciones

### Octubre

**Mayores y Mejores Empresas en Espírito Santo - 2024** - 28ª Edición del Anuario IEL 200

Mejor Empresa y Mejor Industria en actuación en el estado

**Mejor Empresa y Mejor Industria del Estado de Espírito Santo** -

Anuario IEL 200 Mayores y Mejores Empresas en Espírito Santo - 2024

Destaque por las inversiones realizadas en la unidad los últimos años.



Premio Mejor Empresa del Espírito Santo

### Noviembre

**Prêmio AutoData 2024** - Revista AutoData

Mejores del sector automotor / categoría: Cadena Automotora Ampliada.

**Las empresas + éticas de Brasil** - Instituto Brasileiro de Ética Nos Negócios - Empresa Destaque del Año

**Premio Mayores & Mejores del Transporte** - Revistas Transporte

Moderno y Technibus, de Editora OTM

1. Categoría Carrocerías para Autobús
2. Homenaje por los 75 años de Marcopolo

### Diciembre

**Prêmio SAE Brasil** - Comitê Técnico de SAE BRASIL

Trabajo técnico recibió mención honrosa como el mejor en la categoría de ensayos y simulaciones y refuerza el posicionamiento de Marcopolo en seguridad y en el desarrollo de la electromovilidad en Brasil



## PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

Marcopolo participa de las siguientes asociaciones, que contribuyen para su desempeño en los negocios en que actúa:

### BRASIL

ASOCIACIÓN	SITIO WEB
ASSOCIAÇÃO SERRANA DE RECURSOS HUMANOS (ARH SERRANA)	<a href="http://www.arhserrana.com.br">www.arhserrana.com.br</a>
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRANSPORTES PÚBLICOS (ANTP)	<a href="http://www.antp.org.br">www.antp.org.br</a>
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA FERROVIÁRIA (ABIFER)	<a href="http://www.abifer.org.br">www.abifer.org.br</a>
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VEÍCULO ELÉTRICO (ABVE)	<a href="http://www.abve.org.br">www.abve.org.br</a>
ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTOS DO MERCADO DE CAPITAIS (APIMEC)	<a href="http://www.apimec.com.br">www.apimec.com.br</a>
CÂMARA DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS DE CAXIAS DO SUL (CIC CAXIAS)	<a href="http://www.ciccaxias.org.br">www.ciccaxias.org.br</a>
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL (CREA-RS)	<a href="http://www.crea-rs.org.br/site">www.crea-rs.org.br/site</a>
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE ÔNIBUS (FABUS)	<a href="http://www.fabus.com.br">www.fabus.com.br</a>
INSTITUTO HÉLICE	<a href="http://www.helice.network">www.helice.network</a>
INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS (IBEF)	<a href="http://www.ibef.org.br">www.ibef.org.br</a>
INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC)	<a href="http://www.ibgc.org.br">www.ibgc.org.br</a>
SINDICATO DAS INDÚSTRIAS METALÚRGICAS E DE MATERIAIS ELÉTRICOS DE CAXIAS DO SUL (SIMECS)	<a href="http://www.simecs.com.br">www.simecs.com.br</a>
SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE MATERIAL PLÁSTICO DO NORDESTE GAÚCHO (SIMPLAS)	<a href="http://www.simplas.com.br">www.simplas.com.br</a>
SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS FERROVIÁRIOS E RODOVIÁRIOS (SIMEFRE)	<a href="http://www.simefre.org.br">www.simefre.org.br</a>

### EXTERIOR

SOUTH AFRICA	SITIO WEB
MIOSA - MOTOR INDUSTRY OMBUDSMAN OF SOUTH AFRICA	<a href="http://www.miosa.co.za">www.miosa.co.za</a>
NAAMSA	<a href="http://www.naamsa.net">www.naamsa.net</a>
NUMSA - NATIONAL UNION OF METALWORKERS OF SOUTH AFRICA	<a href="http://www.numsa.org.za">www.numsa.org.za</a>

### ABROAD

MEXICO	SITIO WEB
CÂMARA NACIONAL DEL AUTOTRANSPORTE DE PASAJE Y TURISMO (CANAPAT)	<a href="http://www.canapat.org.mx">www.canapat.org.mx</a>
ALIANZA NACIONAL DE TRANSPORTADORAS TURISTICAS (ANTT)	<a href="http://www.antt.org.mx">www.antt.org.mx</a>

### ARGENTINA

ASIMRA - METALÚRGICOS	<a href="http://www.asimra.org.ar">www.asimra.org.ar</a>
REGISTROS DE LA PROPIEDAD AUTOMOTOR	<a href="http://www.dnrpa.gov.ar">www.dnrpa.gov.ar</a>
UNIÓN OBRERA METALÚRGICA	<a href="http://www.uom.org.ar">www.uom.org.ar</a>
COMISIÓN NACIONAL DE REGULACIÓN DEL TRANSPORTE	<a href="http://www.argentina.gob.ar/transporte/cnrt">www.argentina.gob.ar/transporte/cnrt</a>
INSTITUTO ARGENTINO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN (IRAM)	<a href="http://WWW.IRAM.ORG.AR">WWW.IRAM.ORG.AR</a>

### AUSTRALIA

BUSVIC	<a href="http://www.busvic.asn.au">www.busvic.asn.au</a>
BUSNSW	<a href="http://www.busnsw.com.au">www.busnsw.com.au</a>
BUSWA	<a href="http://www.buswa.com.au">www.buswa.com.au</a>
QBIC	<a href="http://www.qbic.com.au">www.qbic.com.au</a>
BUSSA	<a href="http://www.bussa.asn.au">www.bussa.asn.au</a>
TASBUS	<a href="http://www.tasbus.com.au">www.tasbus.com.au</a>
BIC - NATIONAL BUS ASSOCIATION / COUNCIL MEMBERS	<a href="http://www.bic.asn.au">www.bic.asn.au</a>
PTAANZ - PUBLIC TRANSPORT AUTHORITIES AUSTRALIA AND NEW ZEALAND	<a href="http://www.ptaanz.org">www.ptaanz.org</a>
SEMMA - SOUTH EAST MELBOURNE MANUFACTURERS ALLIANCE	<a href="http://www.semma.com.au">www.semma.com.au</a>
ABCC - AUSTRALIA-BRAZIL COMMERCE CHAMBERS	<a href="http://www.australiabrazilchamber.com">www.australiabrazilchamber.com</a>
AMWU - AUSTRALIAN MANUFACTURING WORKERS' UNION	<a href="http://www.amwu.org.au">www.amwu.org.au</a>



# 06

## GESTIÓN AMBIENTAL





## VISIÓN GENERAL

GRI 301-1; 301-2; 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.

Marcopolo tiene la Sostenibilidad como uno de sus Valores, reconociendo que el equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación y preservación del medio ambiente y el bienestar social es esencial para el futuro de la humanidad. Las operaciones de la empresa están guiadas por una serie de iniciativas que reflejan la responsabilidad ambiental, enfocándose en la concientización de los colaboradores, la gestión eficiente de los recursos y la reducción de los impactos ambientales, incluido el monitoreo de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

La empresa ha establecido y mantiene los controles necesarios para minimizar los impactos derivados de sus actividades, en cumplimiento de la legislación aplicable en cada país donde tiene actividades industriales, y con la búsqueda permanente de las mejores prácticas. La concientización de los colaboradores es continua y se refuerza a través de los canales de comunicación interna con orientaciones sobre la correcta disposición de residuos, la reducción del desperdicio de materiales y las principales precauciones en el uso de recursos naturales, como el agua y la electricidad. De esta forma, la empresa contribuye a comprender el papel de cada colaborador en la preservación del medio ambiente, creando un ciclo positivo que se extiende al ámbito familiar y comunitario.

En las unidades brasileñas, el Sistema de Gestión Ambiental de Marcopolo está certificado por la norma ISO 14.001, con evaluaciones periódicas y formales de su eficacia.

En 2024, la compañía realizó el seguimiento del indicador de cumplimiento de recolección selectiva de residuos como una forma de demostrar su desempeño ambiental con relación al envío de materiales para reciclaje, logística inversa, economía circular y minimización de gastos con disposición final. Este indicador es representativo para la compañía, ya que se trata de la recogida selectiva de más de 60 artículos, habiéndose alcanzado el objetivo mínimo del 85% de cumplimiento. Este indicador está alineado con el tema más relevante de nuestra última Matriz de Materialidad.



## INVERSIONES EN GESTIÓN AMBIENTAL

Las inversiones en iniciativas de gestión ambiental en Brasil y unidades en el exterior en 2024 totalizaron R\$ 12.349.948,51 distribuidos de la siguiente manera:

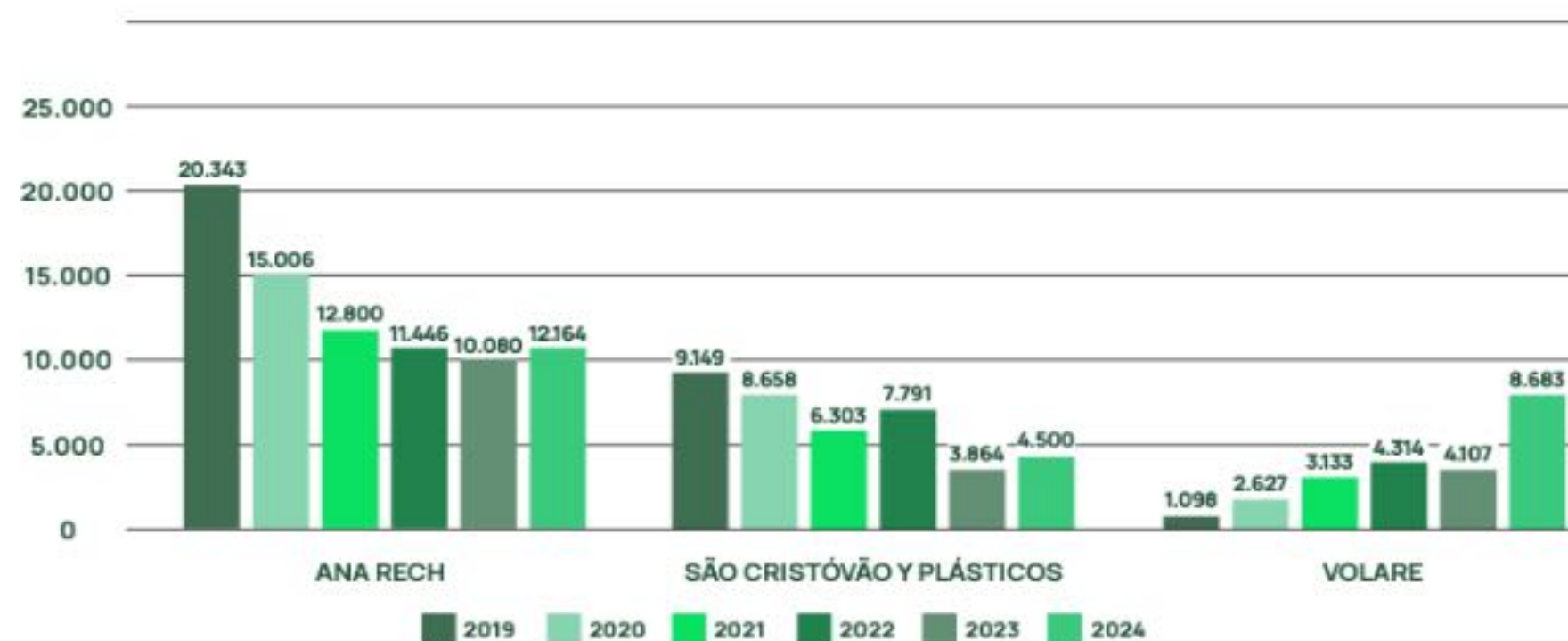
INVERSIONES EN INICIATIVAS DE GESTIÓN AMBIENTAL	BRASIL	EXTERIOR
TRATAMIENTO Y TRANSPORTE DE RESIDUOS		
TRATAMIENTO DE EFLUENTES		
ANÁLISIS/MONITOREO (EFLUENTES, RESIDUOS, EMISIONES, FAUNA, FLORA, AGUA Y SUELO)T	R\$ 9.676.210,27	R\$ 2.673.738,24
TARIFAS (IMPUESTOS, ANUALIDADES...)		
INVERSIONES MEDIO AMBIENTE		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 12.349.948,51</b>	

\*Cotización del dólar al 31/12/2024: USD 6,4394

## EMISIONES

En 2024 se realizó nuevamente el inventario anual de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero en todas las plantas de Brasil. El siguiente gráfico muestra los datos de la serie histórica desde el primer inventario en 2019, de forma comparativa, para las unidades de Marcopolo Brasil.

### EMISIONES ABSOLUTAS DE GEI - ALCANCE 1 Y 2 (toneladas de CO<sub>2</sub>e)



No hubo cambios en los procesos productivos ni en la matriz energética utilizada por la empresa durante el período considerado. El aumento de las emisiones totales se debió al aumento del volumen de producción. Sin embargo, en la unidad Volare (São Mateus), el aumento de las emisiones totales también está relacionado con adaptaciones y correcciones en la base de datos.



## ENERGÍA

Las unidades de Marcopolo en Brasil permanecen en el Mercado Libre de Energía y, desde 2014, forman parte del Programa Perfil Sostenible, que contabiliza la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que ya no se emiten debido a la compra de energía renovable en el Ambiente de Contratación Libre (ACL). La empresa demuestra su compromiso con un futuro más sostenible consumiendo energía procedente de fuentes renovables. En otras unidades del extranjero se utiliza electricidad suministrada por concesionarios locales.

La empresa también utiliza otros tipos de energía, de los cuales el 65,77% son combustibles de fuentes renovables y el 34,22% son combustibles de fuentes no renovables, como se muestra en la siguiente tabla.

### CONSUMO DE ENERGÍA POR TIPO DE FUENTE 2024 GIGAJULIOS (GJ)

COMBUSTIBLES DE FUENTES NO RENOVABLES	BRASIL	EXTERIOR
GAS NATURAL	16.844	20.711
GLP	13.958	3.147
DIÉSEL	63.117	10.975
GASOLINA	421	216
<b>TOTAL</b>	<b>94.341</b>	<b>35.048</b>

COMBUSTIBLES DE FUENTES RENOVABLES	BRASIL	EXTERIOR
BIODIÉSEL	-	1.254
ENERGÍA ELÉCTRICA RENOVABLE	247.417	-
<b>TOTAL</b>	<b>247.417</b>	<b>1.254</b>

TOTAL GENERAL	BRASIL	EXTERIOR
	<b>341.757</b>	<b>36.303</b>

## AGUA Y EFLUENTES

En las unidades de Caxias do Sul, el agua proviene de la concesionaria local. En la Unidad Ana Rech, parte del agua utilizada en los procesos industriales se obtiene de dos pozos artesianos, debidamente registrados ante el Departamento de Recursos Hídricos (DRH). En la Unidad São Mateus (ES), el abastecimiento de agua proviene únicamente de un pozo artesiano. En las unidades del exterior, el agua proviene de concesionarios locales.

VOLUMEN TOTAL DE AGUA CONSUMIDA POR FUENTE 2024 - Megalitros	BRASIL	EXTERIOR
AGUA SUBTERRÁNEA	123	0
AGUA CONCESIONARIAS	141	21
<b>TOTAL DE AGUA CONSUMIDA</b>	<b>285</b>	

En 2024, el consumo total de agua de las unidades Marcopolo fue de 285 Megalitros.

La empresa trata todos los efluentes generados. En las unidades donde no existe un sistema de tratamiento de efluentes internos, los efluentes se envían a tratamiento externo.

VOLUMEN TOTAL DE AGUA DESCARTADA 2024 - Megalitros	
BRASIL	112
EXTERIOR	0
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>

Marcopolo trabaja para minimizar el impacto del consumo de agua, manteniendo sistemas de reutilización/recirculación en los procesos "Teste de Chuva" [Prueba de lluvia], con un bajo nivel de pérdidas. Además, en los procesos de tratamiento de superficies metálicas existen Unidades de Recuperación de Agua (URA) y reutilización para las fases intermedias de lavado entre baños, con el fin de aumentar la vida útil antes del envío a la Planta de Tratamiento de Efluentes (ETE).



## MATERIALES Y RESIDUOS: PROCESO DE PRODUCCIÓN

La fabricación de carrocerías de autobuses implica el uso de más de nueve mil piezas que se fabrican a partir de diferentes tipos de materias primas, desde aleaciones metálicas hasta plásticos nobles. Algunos de estos materiales son: recubrimientos de tela, plásticos, fórmica, laminados de fibra de vidrio, madera, vidrio, caucho, espumas, electrónica, pinturas, solventes y adhesivos.

Marcopolo trabaja con un alto nivel de personalización de la carrocería, lo que afecta a la estandarización de los procesos y resulta en niveles importantes de pérdida de material en el proceso productivo.

En las unidades de Caxias do Sul, los residuos sólidos son almacenados temporalmente en Centros de Residuos y luego enviados para un proceso de gestión continua en la Unidad de Procesamiento de Residuos (UPR).

La operación de la Unidad de Procesamiento de Residuos de Marcopolo es una referencia en la disposición y gestión de residuos industriales, con el objetivo de reducir el descarte de residuos en vertederos, agregar valor a los materiales y reducir los impactos ambientales, a través de la correcta clasificación de los residuos, identificación de situaciones de residuos y promoción de la reutilización.

La internalización de UPR en la unidad Ana Rech desde 2023 ha permitido optimizar la logística, reduciendo las emisiones de CO<sub>2</sub>eq en más de un 30% y, en consecuencia, tener un impacto positivo en los costos. En 2024 se dejarán de emitir más de 60.000 kg de CO<sub>2</sub>e.

La ocupación de los vertederos se redujo un 36% en 2024, a pesar de que la producción fue un 14% superior a la de 2023, al dejar de enviarse al vertedero 1.170 m<sup>3</sup> de residuos. Esta acción tuvo resultados positivos, como agregar valor a los residuos, potenciar el reciclaje de materiales y mitigar los riesgos de pasivos ambientales.

Los residuos peligrosos se destinan a destrucción mediante la técnica de coprocesamiento en hornos de clínker de la industria cementera, descontaminación específica o reciclaje, cuando sea posible.

Con relación a las unidades en el exterior, se aprovechan las alternativas tecnológicas disponibles en cada localidad. Siempre que sea posible y económicamente viable, se dará prioridad a la eliminación mediante reciclaje, reutilización térmica o destrucción total, evitando la disposición en vertederos.



Central de Resíduos - Caxias do Sul - Brasil

## REUTILIZACIÓN Y RECICLAJE

En 2024, la empresa alcanzó el objetivo de cumplimiento del 85% en la recogida selectiva. Este objetivo se monitorea mensualmente, incentivando a los colaboradores a separar correctamente los residuos en origen, con el fin de maximizar el reciclaje. En Brasil, la correcta separación de residuos forma parte del Programa de Participación en las Ganancias y Resultados (SOMAR).

RESIDUOS ELIMINADOS POR TIPO PROMEDIO 2024 (%)	BRASIL	EXTERIOR
RECICLAJE EXTERNO	59,5	47,5
COPROCESAMIENTO	10,5	1,8
VERTEDERO	13,0	23,4
DESCONTAMINACIÓN	1,5	0,1
RECICLAJE PARA USO INTERNO	0,5	0,7
INCINERACIÓN	0,0	1,1
REUTILIZACIÓN DE ENERGÍA	14,0	0,0
TRATAMIENTO BIOLÓGICO	0,5	0,0
CÉLULA DE SEGURIDAD	0,0	2,2
AISLAMIENTO	0,0	7,0

En el Día Mundial del Medio Ambiente se realizaron acciones de orientación e incentivo para la correcta recogida selectiva de residuos.



Día del Medio Ambiente - Brasil



Día del Medio Ambiente - México



## CICLO DE VIDA

Marcopolo busca constantemente soluciones para reducir residuos, reciclar productos y garantizar una mayor eficiencia en los procesos. Los resultados respecto al destino final de los materiales sobrantes del proceso productivo durante el año 2024 son los siguientes:

### DESTINO DE LOS RESIDUOS GENERADOS 2024 (TONELADAS)

RESIDUOS PELIGROSOS	BRASIL	EXTERIOR
RECICLAJE EXTERNO	614	41
RECICLAJE INTERNO	156	19
COPROCESAMIENTO	1.329	132
DESCONTAMINACIÓN	507	5
INCINERACIÓN	0	36
AUTOCLAVE	1	0
VERTEDERO	530	201
REUTILIZACIÓN EXTERNA	0	0
CÉLULA DE SEGURIDAD	0	0
PLANTA DE TRATAMIENTO	36	0
AISLAMIENTO	0	10
<b>TOTAL</b>	<b>3.174</b>	<b>444</b>

DESTINO DE LOS RESIDUOS GENERADOS (TONELADAS)	BRASIL	EXTERIOR
RECICLAJE EXTERNO	18.784	2.298
RECICLAJE INTERNO	0	48
COPROCESAMIENTO	2.441	0
COMPOSTAJE	92	0
VERTEDERO	2.448	724
TRATAMIENTO BIOLÓGICO	50	0
REUTILIZACIÓN DE ENERGÍA	2.484	0
ATIERRO SANITARIO	0	493
<b>TOTAL</b>	<b>26.298</b>	<b>3.563</b>



GRI	DESCRIPCIÓN	PG OU INFO						
2-1	INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN: NOMBRE, PRODUCTOS, MARCAS, OPERACIONES, MERCADOS	Marcopolo S.A. 8 to 11	2-29	PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS	4 a 5	305-4	INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)	49 a 55
2-2	ENTIDADES INCLUIDAS EN EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD	8 a 11	2-30	CONVENIOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA	38	306-1	GENERACIÓN DE RESIDUOS E IMPACTOS SIGNIFICATIVOS RELACIONADOS CON LOS RESIDUOS	49 a 55
2-3	PERIODO Y FRECUENCIA DE PRESENTACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD E INFORMACIÓN DE CONTACTO	Anual, 4, 57	3-1	PROCESO PARA DETERMINAR TEMAS MATERIALES	4 a 5	306-2	GESTIÓN DE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS RELACIONADOS CON LOS RESIDUOS	49 a 55
2-6	ACTIVIDADES, CADENA DE VALOR, RELACIONES CON LAS PARTES INTERESADAS	8 a 11; 41 a 48	3-2	LISTA DE TEMAS MATERIALES	4 a 5	306-3	RESIDUOS GENERADOS	49 a 55
2-7	COLABORADORES: PERFIL Y OTRA INFORMACIÓN	33 a 40	3-3	GESTIÓN DE TEMAS MATERIALES	4 a 5	306-4	RESIDUOS NO DESTINADOS A DISPOSICIÓN FINAL	49 a 55
2-9	GOBERNANZA: ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN	7 a 16	201-1	VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	28	306-5	RESIDUOS DESTINADOS A DISPOSICIÓN FINAL	49 a 55
2-10	GOBERNANZA: NOMBRAMIENTO Y SELECCIÓN DEL MÁXIMO ÓRGANO	15 a 16	204-1	PROPORCIÓN DEL GASTO DE LOS PROVEEDORES LOCALES	44	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.
2-11	GOBERNANZA: PRESIDENTE DEL MÁXIMO ÓRGANO	15 a 16	205-1	COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN EN POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN	18, 19	401-2	BENEFICIOS OFRECIDOS A LOS COLABORADORES A TIEMPO COMPLETO	33 a 40
2-12	GOBERNANZA: EL PAPEL DEL MÁXIMO ÓRGANO EN LA SUPERVISIÓN DE LA GESTIÓN DEL IMPACTO	15 a 16	205-3	CASOS CONFIRMADOS DE CORRUPCIÓN Y MEDIDAS ADOPTADAS	No hubo casos confirmados de corrupción	401-3	BAJA POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	33 a 40
2-13	GOBERNANZA: DELEGACIÓN DE RESPONSABILIDAD EN LA GESTIÓN DEL IMPACTO	15 a 16	301-1	MATERIALES UTILIZADOS POR PESO O VOLUMEN	49 a 55	403-1	SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL IMPLEMENTADOS	33 a 40
2-14	GOBERNANZA: EL PAPEL DEL MÁXIMO ÓRGANO EN LA ELABORACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD	4 a 6	301-2	PORCENTAJE DE MATERIALES UTILIZADOS QUE PROVIENEN DEL RECICLAJE	49 a 55	403-2	IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS, EVALUACIÓN DE RIESGOS E INVESTIGACIÓN DE INCIDENTES	33 a 40
2-15	GOBERNANZA: CONFLICTOS DE INTERESES	7 a 16	302-1	CONSUMO ENERGÉTICO DE LA ORGANIZACIÓN	49 a 55	403-4	PARTICIPACIÓN, CONSULTA Y COMUNICACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN MATERIA DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL	33 a 40
2-17	GOBERNANZA: CONOCIMIENTO COLECTIVO DEL MÁXIMO ÓRGANO	7 a 16	302-3	INTENSIDAD ENERGÉTICA	49 a 55	403-5	FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN MATERIA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL	33 a 40
2-19	GOBERNANZA: POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN	17	303-1	INTERACCIONES CON EL AGUA COMO RECURSO COMPARTIDO	49 a 55	403-6	PROMOCIÓN DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES	33 a 40
2-20	GOBERNANZA: PROCESO PARA DEFINIR POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN	17	303-2	GESTIÓN DE IMPACTOS RELACIONADOS CON LA DISPOSICIÓN DE AGUA	49 a 55	403-8	TRABAJADORES CUBIERTOS POR EL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL	33 a 40
2-22	DECLARACIÓN SOBRE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	4 a 6	303-3	DESOLOSE DE LA EXTRACCIÓN TOTAL DE AGUA POR TIPO DE FUENTE, INCLUIDAS LAS ZONAS CON ESTRÉS HÍDRICO	49 a 55	404-1	PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR COLABORADOR, DESOLOSADO POR GÉNERO Y CATEGORÍA FUNCIONAL	33 a 40
2-23	POLÍTICAS Y COMPROMISOS: PROPÓSITO, VISIÓN, VALORES, GESTIÓN EMPRESARIAL INTEGRADA, POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS	8, 17, 38	303-4	DESOLOSE DE LA DESCARGA TOTAL DE AGUA POR TIPO DE FUENTE, INCLUIDAS LAS ZONAS CON ESTRÉS HÍDRICO	49 a 55	405-1	DIVERSIDAD Y EQUIDAD	33 a 40
2-26	MECANISMOS PARA BUSCAR ORIENTACIÓN Y PLANTEAR INQUIETUDES	18, 19	303-5	CONSUMO TOTAL DE AGUA	49 a 55	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.
2-27	CUMPLIMIENTO DE LEYES Y REGULACIONES	18, 19	305-1	EMISIONES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)	49 a 55			
2-28	PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES PROFESIONALES	48	305-2	EMISIONES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) PROVENIENTES DE LA COMPRA DE ENERGÍA	49 a 55			



## CRÉDITOS

### INFORME DE SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS MARCOPOLO 2024

#### **PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO**

James Bellini

#### **PRESIDENTE DE MARCOPOLO (CEO)**

André Vidal Armaganijan

#### **REALIZACIÓN**

Comité de Sostenibilidad

Centro de Normas

Departamento de Comunicación y Participación

Departamento de Marketing

Departamento de Medio Ambiente

Departamento de Relaciones con Inversoristas

#### **DISEÑO GRÁFICO**

Bigode Design

#### **TRADUCCIÓN/REVISIÓN**

Brazil Translations/Growth

#### **FOTOGRAFÍA**

Archivo de Comunicación y Participación, Marcopolo Brasil

Marketing y Fundación Marcopolo

Archivos Marcopolo Sudáfrica, Marcopolo Argentina, Marcopolo

Australia, Marcopolo China, Marcopolo México y Marcopolo

Colombia

DC Multimedia

#### **CONTACTO**

Marcopolo S/A Av. Rio Branco 4889 - Bairro Ana Rech 95.060-145 -

Caxias do Sul - RS Telefone: +55 (54) 2101-4000

Canal Abierto: [www.marcopolo.com.br](http://www.marcopolo.com.br)

Relações com Investidores: [ri@marcopolo.com.br](mailto: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.

Julio de 2025

