

# Relatório de Sustentabilidade 2022





# Índice

<b>CAPÍTULO 1 - SOBRE O RELATÓRIO</b>	04	<b>CAPÍTULO 4 - GESTÃO DE PESSOAS</b>	42
Mensagem da Alta Administração	06	Conhecendo a Equipe Marcopolo	44
<b>CAPÍTULO 2 - SOBRE A MARCOPOLO</b>	08	Capacitação de Colaboradores	45
Quem Somos	10	Benefícios aos Colaboradores e Familiares	46
Nossos Negócios	11	Relações Trabalhistas	48
Mercados Atendidos	14	Sistema de Gestão de Saúde e Segurança	48
Como Geramos Valor	15	<b>CAPÍTULO 5 - RELACIONAMENTO COM PARTES INTERESSADAS</b>	52
Inovação	16	Relacionamento com Clientes	54
Governança	19	Relacionamento com Colaboradores	56
Estrutura Societária	20	Relacionamento com Fornecedores	57
Estrutura Organizacional	21	Relacionamento com Investidores	58
Remuneração dos Administradores	22	Relacionamento com Comunidades	58
Gestão de Riscos	22	Fundação Marcopolo	59
Gestão Integrada do Negócio	23	Prêmios e Reconhecimentos	62
Ética e Compliance	24	<b>CAPÍTULO 6 - GESTÃO AMBIENTAL</b>	64
Política de Privacidade de Dados Pessoais	27	Emissões	67
Participação em Associações	28	Energia	68
<b>CAPÍTULO 3 - DESEMPENHO FINANCEIRO</b>	30	Água e Efluentes	69
Contexto	32	Materiais e Resíduos	70
Fatos Relevantes e Comunicados ao Mercado	33	Ciclo de Vida	71
Participação de Mercado	34	ÍNDICE CONTEÚDOS GRI	72
Produção	34	CRÉDITOS	75
Receita Líquida	35		
Resultado Bruto e Margem Bruta	35		
Despesas com Vendas	35		
Despesas Gerais Administrativas	35		
Outras Receitas/Despesas Operacionais	36		
Resultado Financeiro Líquido	36		
EBITDA	36		
Lucro Líquido	37		
Endividamento Financeiro	37		
Geração de Caixa	37		
Mercado de Capitais	38		
Investimentos e Imobilizações	39		
Desempenho das Controladas e Coligadas	40		



# Sobre o Relatório

## BEM-VINDO AO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA MARCOPOLO S.A.

GRI 102-1, 102-21, 102-46, 102-47, 102-50,  
102-54, 103-1, 103-2, 103-3



A Marcopolo tem como um de seus Valores a Sustentabilidade. O compromisso de manter a empresa sólida no presente, pensando no seu futuro, se reflete em sua Visão e, também, nas suas estratégias de longo prazo.

A figura ao lado representa como as práticas de sustentabilidade da empresa estão interligadas nos aspectos ambientais, sociais e de governança.

No relatório referente a 2022, apresentamos informações sobre principais iniciativas, desempenho e aprendizados das unidades controladas brasileiras e no exterior.

O relatório tem como base as diretrizes do *Global Reporting Initiative (GRI Standard)* e do *International Integrated Reporting Council (IIRC)* para Relatório Integrado. As informações financeiras são consolidadas. As demais informações, em sua maioria, são apresentadas de forma separada para as unidades do Brasil e do exterior.

A Matriz de Materialidade foi revisada em 2021, indicando como pontos de maior relevância os temas relacionados com saúde e segurança, sustentabilidade econômico-financeira e destinação de resíduos. Uma nova revisão da Matriz está planejada para o final de 2023, com o objetivo de alcançar maior abrangência, incluindo as unidades do exterior.





## Mensagem da Alta Administração

GRI 102-14



André Vidal Armaganijan  
Presidente da Marcopolo  
(CEO)

O ano de 2022 foi de superação, com excelentes resultados após um período de grandes desafios devido ao impacto nos negócios causado pela pandemia de Covid-19.

Iniciamos o ano com uma expectativa positiva em relação ao mercado brasileiro, que já havia dado sinais de recuperação no segundo semestre de 2021. Os volumes vendidos no Brasil cresceram de forma substancial, com melhora da demanda por veículos voltados ao turismo e linhas de longa distância. O transporte público também voltou com força no pós-pandemia, com o retorno das pessoas ao trabalho presencial, às escolas e universidades, e à circulação normal nas cidades.

Em relação aos negócios internacionais, a retomada foi mais lenta do que no mercado brasileiro. As operações com ciclos mais longos de amadurecimento e entrega dos pedidos também foram impactadas pela inflação.

Foi realizado um alinhamento geral com todas as áreas sobre os objetivos de curto prazo, quais os fatores críticos de sucesso e como cada colaborador poderia contribuir para o seu atingimento. Esse plano de curto prazo recebeu o nome de SuperAção 2022 e foi amplamente divulgado e acompanhado por todas as equipes no Brasil. As unidades do exterior trabalharam alinhadas com os objetivos comuns.

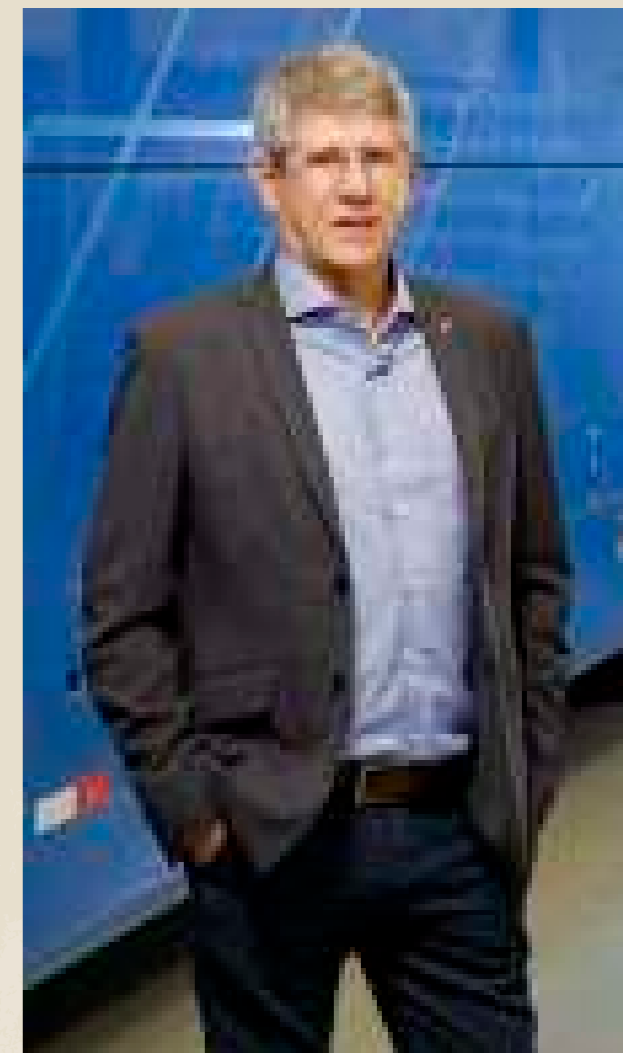
A retomada dos negócios levou à necessidade de aumentar de forma significativa o quadro de profissionais, especialmente nas unidades brasileiras. Em consequência disto, foram feitos investimentos pesados na qualificação dos novos colaboradores, tanto das áreas operacionais como das administrativas e técnicas.

Além disto, foi implementado um programa para o desenvolvimento de gestores em todos os níveis, com foco nas competências para a Marcopolo do futuro.

Adicionalmente, a Marcopolo começou a colher os frutos da transformação cultural e estrutural promovida entre 2020 e 2022. Alguns exemplos de ações inovadoras, voltadas para recuperação e sustentabilidade do negócio, cujos resultados se materializaram em 2022, são: cortes profundos de despesas; readequação da base de ativos (com o fechamento de duas plantas no Brasil); reestruturação das operações internacionais (com a saída da Índia e do Egito, e consolidação das plantas da Argentina em uma única operação); priorização ainda mais cautelosa de investimentos; lançamento de produtos como o ônibus elétrico Attivi, a nova geração de rodoviários G8, lançada em 2021, e o trem Prosper VLT da Marcopolo Rail; e o relançamento de seu propósito “Aproximando Pessoas”, seguido de um programa de marketing diferenciado em conjunto com os clientes e direcionado aos passageiros.

A palavra “transparência” esteve presente nas conversas com as equipes, gerando mais confiança e engajamento com os objetivos e promovendo uma atitude positiva entre todos os colaboradores.

Com certeza, isto contribuiu em muito para encerrarmos 2022 com o melhor resultado financeiro da história da Marcopolo. O empenho, a dedicação e o esforço de cada um dos colaboradores das unidades do Brasil e do exterior fizeram a diferença e continuarão contribuindo para o sucesso da Marcopolo, que segue no seu propósito, Aproximando Pessoas.



James Bellini  
Presidente do Conselho de  
Administração da Marcopolo



# 2 Sobre a Marcopolo





## Quem Somos

GRI 102-1, 102-5, 102-7, 102-16

A Marcopolo é uma empresa multinacional brasileira, sociedade por ações de capital aberto, fundada em 06 de agosto de 1949 na cidade de Caxias do Sul (RS).

No início de suas atividades, a empresa produzia carrocerias para ônibus e, ao longo de seus mais de 73 anos, passou a oferecer produtos na linha de rodoviários, urbanos e micro-ônibus, além do Volare, ônibus elétricos e trens. Isto está alinhado com a sua Visão e, também, com o seu propósito de aproximar pessoas.

## Nossa visão é

“Ser protagonista em soluções de mobilidade de forma sustentável”.

## Nossos Valores

**Satisfação do cliente**  
Clientes satisfeitos são a nossa razão de existir.



**Fazer acontecer com excelência**  
Fazer acontecer com excelência é o que nos diferencia.

**Ética e integridade**  
Nossas ações são reflexos de nossas palavras.



**Sustentabilidade**  
Mantemos a empresa sólida, pensando no futuro.

**Trabalho em equipe**  
Juntos realizamos mais.



**Respeito e valorização das pessoas**  
Nós acreditamos que o mais importante são as pessoas, comprometidas e engajadas.

## Nossos Negócios

GRI 102-1, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7

### Unidades abrangidas pelo relatório

Este relatório abrange as seguintes unidades do grupo Marcopolo:

#### Marcopolo Ana Rech

A sede da Marcopolo é a unidade localizada em Ana Rech, Caxias do Sul (RS). Essa unidade está preparada para produzir uma completa linha de modelos rodoviários e urbanos, voltados para diversas aplicações no mercado brasileiro e para exportação. Nessa unidade também estão sediadas as áreas administrativas, comerciais e de engenharia, além da fábrica da Marcopolo Rail.

#### Banco Moneo

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





### Marcopolo Ciferal

A Companhia possui uma segunda planta localizada no bairro de Ana Rech, em Caxias do Sul (RS). A unidade produz uma ampla gama de modelos Volare, urbanos e micros Marcopolo e Neobus, além de sediar a área de plásticos e fibras.



### Marcopolo São Mateus

A unidade localizada em São Mateus (ES) foi inaugurada em 2014. Possui uma estrutura moderna com capacidade para produção de peças e componentes, bem como ônibus urbanos e modelos da marca Volare.



### Marcopolo Colômbia (Superpolo)

A planta, em operação desde 2001, tem capacidade para produzir anualmente 4.200 unidades e conta com mais de 1.300 colaboradores. No mercado colombiano, é líder na concepção de carrocerias personalizadas e soluções integrais para o transporte de passageiros nos segmentos intermunicipal, coletivo, urbano, escolar, além de unidades dedicadas a serviços especiais.



### Marcopolo South Africa (MASA)

Criada em 1999, a planta tem capacidade e infraestrutura para produzir mais de 1.600 unidades por ano. A linha de produtos locais é composta pelo Andare 1000 e o Torino para atender aplicações rurais, urbanas e intermunicipais.

## Unidades do Exterior



### Marcopolo Argentina (Metalsur)

Localizada em Rosario, a unidade foi fundada em 1989. Conta com mais de 700 colaboradores, sendo a única empresa do país que produz todos os modelos de carrocerias, desde modelos urbanos até os modelos Double Decker.



### Marcopolo México (Polomex)

É uma empresa dedicada à fabricação de carrocerias e peças de reposição para ônibus. Foi criada em 1999 para abrir caminho para novos mercados e consolidar sua posição no México. Em 2001 transferiu a planta produtiva da cidade de Águas Calientes para o estado de Nuevo León, no município de García. Toda a produção da Marcopolo México é destinada ao mercado nacional para os setores urbano, suburbano e turismo.



### Marcopolo China (MAC)

A unidade, fundada em 2005 e com capacidade produtiva atual 300 veículos ao ano, conta com 147 colaboradores atuando nas áreas de abastecimento, produção de peças, componentes e carrocerias de ônibus, bem como de produção de ônibus em PKD para a exportação. A MAC não vende para o mercado interno chinês, mas exporta para países da Ásia, África e Oceania.



### Marcopolo Austrália (Volgren)

Sediada em Melbourne, foi fundada em 1979 e incorporada integralmente à Marcopolo em 2017. Conta com cinco unidades e 393 colaboradores, sendo a responsável pela produção de mais de 1.000 unidades anualmente.



## Mercados Atendidos

GRI 102-4, 102-6

A Marcopolo é líder no mercado brasileiro e referência global em carrocerias para ônibus. Seus produtos estão presentes em mais de 140 países, por meio de produção local ou por exportação, abrangendo mercados para ônibus rodoviários, urbanos e micros. A empresa também ingressou no segmento metroviário por meio da Marcopolo Rail.



## Como Geramos Valor

GRI 201-1

O valor econômico direto gerado e distribuído pela Marcopolo em 2021 e 2022 ocorreu da seguinte maneira:

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	2021	2022
<b>DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO</b>	<b>1.169.853</b>	<b>1.618,883</b>
<b>PESSOAL</b>	<b>530.864</b>	<b>820.214</b>
Remuneração direta	400.864	661.514
Benefícios	87.377	105.252
FGTS	42.601	43.448
<b>IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES</b>	<b>(73.211)</b>	<b>(151.251)</b>
Federais	28.001	(114.499)
Estaduais	(103.114)	(38.755)
Municipais	1.902	2.103
<b>REMUNERAÇÃO DE CAPITAIS DE TERCEIROS</b>	<b>353.850</b>	<b>523.018</b>
Despesas financeiras	344.933	510.207
Aluguéis	8.917	12.811
<b>LUCROS DO EXERCÍCIO, JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO E DIVIDENDOS</b>	<b>358.372</b>	<b>436.802</b>
Juros sobre o capital próprio e dividendos	82.264	99.227
Lucros retidos dos exercícios	276.108	337.575





## Inovação

GRI 102-2

A Marcopolo tem a inovação refletida em sua Visão de “ser protagonista em soluções de mobilidade de forma sustentável” e, também, no Valor de Sustentabilidade, com o compromisso de manter a empresa sólida, pensando no futuro.

Ao longo do tempo, a empresa investiu de forma permanente em pesquisa e desenvolvimento, lançando novas gerações de produtos com alto padrão de qualidade, conforto e segurança para os usuários e agregando valor para o cliente.



Em 2022, foi lançado o programa *Marcopolo Venture Partners (MVP)*, formado por um grupo de 388 voluntários de várias funções e áreas, os quais interagem e trocam ideias sobre as iniciativas da empresa, fazendo conexão com o ecossistema empreendedor e, também, têm acesso a eventos específicos voltados para inovação.

Ainda em 2022, a Marcopolo Next promoveu a primeira edição do Marcopolo GO<sup>3</sup>, o programa de intraempreendedorismo da Marcopolo. O programa permite que colaboradores proponham ideias com foco em novos negócios e tecnologias, protagonizando o desenvolvimento delas. A primeira edição recebeu 116 ideias propostas por 164 colaboradores. Além da perspectiva de aumento de receitas ou diminuição de custos à Marcopolo, o GO<sup>3</sup> favorece a participação em treinamentos de novas metodologias, possibilita a identificação de talentos e promove o engajamento dos colaboradores. Atualmente, estão sendo acelerados projetos relacionados a novos modais de transporte, ferramentas e prestação de serviços.

A Marcopolo Next vem realizando diversas provas de conceito de novas tecnologias dentro da empresa, voltadas à eficiência na gestão de estoques, automação veicular e novas fontes de combustíveis, entre outros, através de parceria com organizações do ecossistema empreendedor, como *hubs* de inovação, *startups* e institutos de tecnologia e pesquisa, tanto do Brasil, quanto do exterior.

Já a MarcoZero atua como braço de inteligência em investimentos de inovação, com o objetivo de identificar oportunidades de atuação em negócios de alto valor estratégico e potencial econômico para a Marcopolo, seja através de operações de *venture capital*, *joint venture* ou *M&A*. Adicionalmente, é responsável por gerir e mapear oportunidades junto a institutos de ciência e tecnologia para obter recursos técnicos e financeiros para projetos de pesquisa e desenvolvimento, oportunizando a criação de novas tecnologias em parceria com o poder público.

## Marcopolo Next e MarcoZero

Desde 2019 a Companhia conta com dois braços de inovação, a Marcopolo Next e a MarcoZero, promovendo iniciativas que a tornam mais competitiva e preparada para o futuro, impulsionando crescimento através de novos negócios.

A Marcopolo Next está focada em fomentar uma cultura de inovação, conectando colaboradores de diferentes áreas para trabalhar de forma colaborativa em projetos de desenvolvimento de novos negócios e tecnologias junto a parceiros, através de *venture building* e *open innovation*.





## Marcopolo Rail



A Marcopolo Rail é uma unidade de negócios do grupo Marcopolo, especializada no desenvolvimento e produção de modais ferroviários. Em 2022, assinou contrato para a produção dos trens que farão parte dos *People Movers* do Aeroporto Internacional de Guarulhos (GRU), além de contrato para fornecimento de três composições do Prosper (VLT de piso Alto) para a EFE Trenes de Chile.



## Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos

A equipe de Engenharia de Desenvolvimento realiza pesquisas para identificar tendências para o futuro, com foco na sustentabilidade de seus novos produtos. Isto envolve a participação em feiras de inovação, *benchmarkings*, *workshops* e treinamentos, os quais proporcionam conhecimento sobre vários temas que podem ser aplicados no desenvolvimento dos projetos de engenharia, incluindo a utilização de novos materiais, novos conceitos estruturais e tecnologias modernas.

A Empresa busca alternativas respeitadas ao meio ambiente, como o uso de materiais recicláveis sem danos ambientais; produtos mais leves, otimizando a estrutura e, conseqüentemente, melhorando o consumo de combustível; e, também, produtos autossuficientes energeticamente, como o ônibus 100% elétrico.

O objetivo é oferecer ao cliente as melhores soluções do mercado, com produtos seguros, de forma competitiva e sustentável.

## Governança

GRI 102-18, 102-22

A Marcopolo segue as melhores práticas de Governança Corporativa, alinhada com os princípios da Transparência, Equidade, Prestação de Contas (*accountability*) e Responsabilidade Corporativa.

As suas ações estão listadas no Nível 2 de Governança Corporativa da B3 desde 2002. A Companhia está vinculada à arbitragem na Câmara de Arbitragem do Mercado, conforme cláusula compromissória constante em seu Estatuto Social. A gestão é formalizada com base na distinção entre as funções e responsabilidades do Conselho de Administração e da Diretoria.

O Conselho de Administração da Marcopolo é constituído por sete membros, sendo seis independentes, dos quais dois foram eleitos por acionistas minoritários e os outros quatro pelos acionistas controladores. O Conselho atual foi eleito em março de 2023, com vigência até 30 de março de 2025.

MEMBROS	FUNÇÃO
James Eduardo Bellini	Presidente
Paulo Cezar da Silva Nunes	Vice-Presidente
Dan Ioschpe	Conselheiro
Denise Casagrande da Rocha	Conselheiro
José Rubens de La Rosa	Conselheiro
Mateus Affonso Bandeira	Conselheiro
Henrique Bredda	Conselheiro
Eduardo Frederico Willrich	Secretário



Sentados, da esquerda para a direita: Paulo Cesar Nunes, James E. Bellini e Denise Casagrande da Rocha. Em pé, da esquerda para a direita: José Rubens de La Rosa, Dan Ioschpe, Henrique Bredda e Mateus Affonso Bandeira.

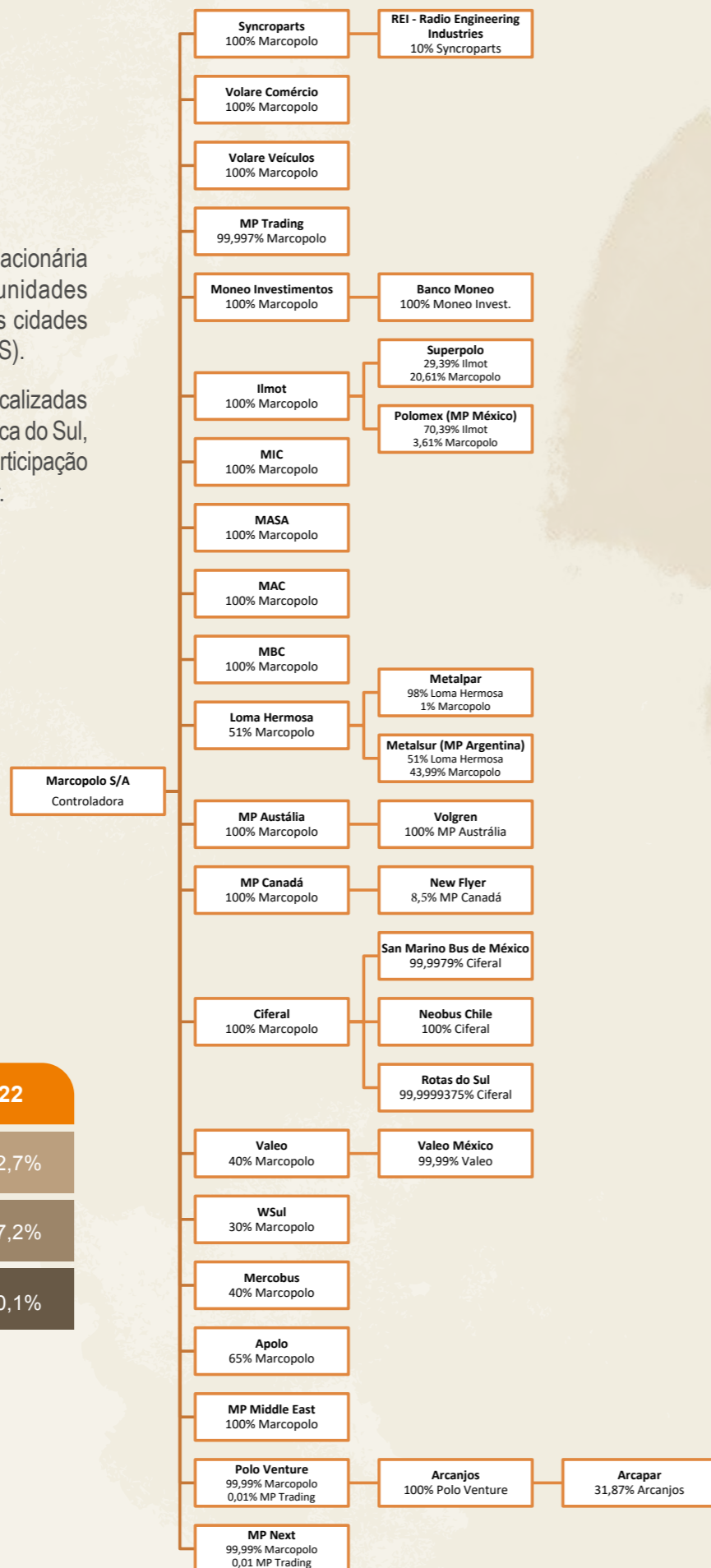


# Estrutura Societária

GRI 102-22

A Marcopolo S.A. tem na sua composição acionária empresas brasileiras e do exterior. As unidades controladas no Brasil estão localizadas nas cidades de Caxias do Sul (RS) e de São Mateus (ES).

As unidades controladas no exterior estão localizadas na Argentina, no México, na Colômbia, na África do Sul, na China e na Austrália. Além disso, possui participação em outras empresas no Brasil e no exterior.



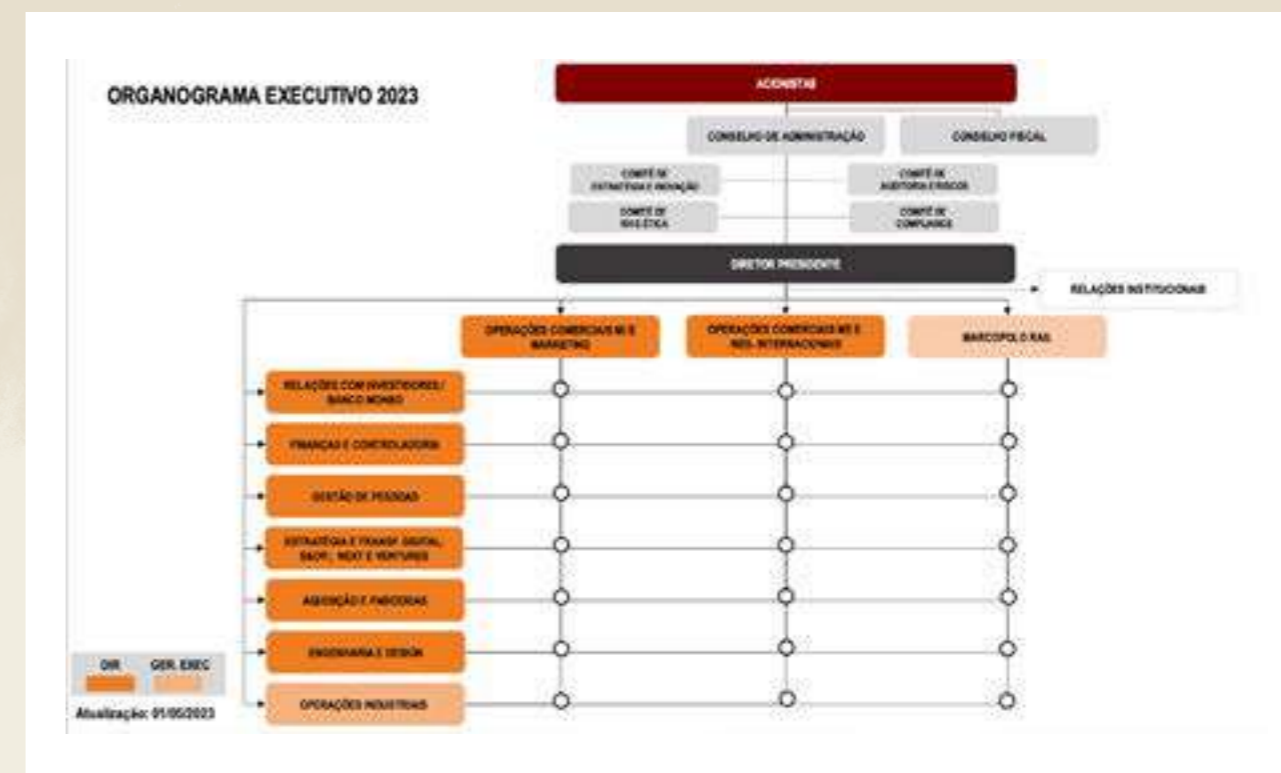
COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA 2022	
Controlador	22,7%
Acionistas no Exterior	27,2%
Acionistas no Brasil	50,1%

# Estrutura Organizacional

GRI 102-22

A Marcopolo utiliza uma estrutura organizacional focada em contribuir com a capacidade da companhia em gerar valor a partir do desenvolvimento e da execução da estratégia, observando o respeito aos seus valores e em alinhamento com sua Visão e seu Propósito. Os princípios norteadores da estrutura organizacional da empresa são:

- ✓ Sustentar a estratégia de crescimento;
- ✓ Atender às necessidades de flexibilidade, agilidade e competitividade;
- ✓ Estrutura simples e de custo competitivo;
- ✓ Definição clara de responsabilidades e gestão por resultados;
- ✓ Visão de processos como forma de integração e alinhamento; e
- ✓ Proximidade com o cliente, excelência operacional.





## Remuneração dos Administradores

GRI 102-35, 102-36

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

O pacote de remuneração dos diretores é avaliado anualmente com base em pesquisas salariais e boas práticas de mercado, sendo composto por Remuneração Fixa, Remuneração Variável de Curto e Longo Prazo e Benefícios.

## Gestão de Risco

GRI 102-15

A Gestão de Riscos adotada na Marcopolo é pautada na metodologia COSO – ERM, de forma adaptada às características de seu ambiente de negócios. O objetivo consiste em identificar, mapear e gerenciar os riscos do negócio, de modo a reduzir falhas, perdas e incertezas, focando esforços no planejamento, controle e otimização de processos de forma contínua na organização. Os riscos estão mapeados entre Estratégicos, Operacionais, Financeiros e de Conformidade. O gerenciamento destes riscos beneficia a:

- ✓ **Estratégia, contribuindo para a cultura e o planejamento;**
- ✓ **Governança, protegendo a imagem e reputação; endereçando temas societários; e**
- ✓ **Gestão, auxiliando a tomada de decisões, priorizando investimentos e ampliando a eficiência operacional.**

## Gestão Integrada do Negócio

GRI 301, 302, 303, 305, 306, 403

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

**ISO 9001 Qualidade**

**ISO 45001 Saúde e Segurança**

**ISO 14001 Meio Ambiente**

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

**Marcopolo México (Polomex):**

ISO 9001 Qualidade e ISO 14001 Meio Ambiente

**Superpolo (Colômbia):**

ISO 9001 Qualidade

**Marcopolo Argentina (Metalsur):**

ISO 9001 Qualidade

**Marcopolo China (MAC):**

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

**Marcopolo Austrália (Volgren):**

ISO 9001 Qualidade

**Marcopolo África do Sul (MASA):**

está em processo de preparação da norma ISO 9001, com certificação prevista para 2023.



Para garantir o atendimento das Normas, são feitas avaliações periódicas e, a cada três anos, a empresa passa por um processo de recertificação em que todos os requisitos são verificados, contribuindo para o refinamento das práticas sustentáveis.



# Ética e Compliance

GRI 102-16, 102-17, 102-25, 205-2, 205-3

A Ética e a Integridade é um Valor para a Marcopolo. Prezamos pela construção de relações profissionais respeitadas, não tolerando qualquer tipo de assédio, discriminação, favorecimento ou prática ilegal. O exercício diário do diálogo e da transparência está alinhado com as diretrizes do Código de Conduta como forma de evitar e solucionar conflitos de interesse. Entendemos que nossas ações são reflexos das nossas palavras.

## Código de Conduta

A Marcopolo instituiu seu primeiro Código de Conduta em 2005, o qual foi estendido para todas as suas unidades controladas. O Código de Conduta estabelece os Valores, as diretrizes e os padrões de conduta que orientam as decisões nos negócios e o comportamento de todos os gestores e colaboradores da Marcopolo.

Também serve de referência nas relações com os parceiros de negócios, como fornecedores, prestadores de serviço, representantes de vendas, concessionários e distribuidores, e com as demais partes interessadas.

Como parte da estrutura de governança do Código de Conduta foram constituídos o Comitê de RH e Ética, vinculado ao Conselho de Administração, o Comitê Central de Conduta, que responde pelos assuntos relacionados com as unidades brasileiras, e os Comitês Locais de Conduta, que respondem pelos assuntos das unidades controladas no exterior. Para saber mais sobre o Código de Conduta, acesse o site da Marcopolo.

[www.marcopolo.com.br/marcopolo\\_sa/codigode-conduta](http://www.marcopolo.com.br/marcopolo_sa/codigode-conduta)



## Compliance

A Marcopolo, em complemento às boas práticas de governança e gestão de riscos, implementou, em 2014, a área de Compliance, cuja estrutura contempla um Comitê de Assessoramento ao Conselho de Administração, denominado Comitê de Compliance, que é formado pelos diretores estatutários, pelo presidente do Conselho de Administração, pelo *Compliance Officer* – CCO, além de um representante dos acionistas controladores.

A empresa também possui uma Política Global de Integridade, que oferece orientações sobre conflitos de interesse e a forma de informação e tratamento de eventuais situações que venham a ocorrer.

Todos os novos colaboradores, além de receberem o Código de Conduta, são orientados sobre as diretrizes gerais de Compliance, incluindo a utilização dos canais de ouvidoria. Também são incentivados a acessarem a plataforma digital da Universidade Marcopolo, onde há cursos sobre a Política Global de Integridade, o Código de Conduta e os Valores da Marcopolo. Em 2022 foi realizada reciclagem presencial com os gestores das unidades brasileiras.



Treinamentos em Código e Conduta e Compliance - 2022	Quantidade de Colaboradores Treinados
Presencial	5.711
On-line pela Universidade Marcopolo	120



## Canais de Ouvidoria

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

O Contato Seguro Marcopolo é um canal exclusivo para denúncias de práticas que estejam em desacordo com as políticas internas e legislações aplicáveis, podendo ser acessado *via toll free* ou website, 24 horas, sete dias por semana. É atendido por uma empresa terceirizada, desvinculada da Marcopolo, que utiliza sistema próprio em ambiente externo, onde todas as informações são criptografadas, assegurando a imparcialidade, segurança e com total compromisso com o sigilo do denunciante e a confidencialidade no trato da denúncia. Esse canal está disponível também para as unidades do exterior nos idiomas inglês e espanhol.

Durante o ano de 2022, o Canal de Ouvidoria externa recebeu 209 manifestações, sendo 93% anônimas e 7% identificadas, as quais foram integralmente tratadas e respondidas pelos comitês estabelecidos para este fim.

Além disso, os colaboradores das unidades brasileiras podem utilizar o Canal Livre, sistema de ouvidoria interna para envio de manifestações com ideias, sugestões, elogios e reclamações sobre questões gerais da empresa, como benefícios, rotinas de trabalho, relacionamento, normas internas e outras situações do dia a dia.



## Política de Privacidade de Dados Pessoais

GRI 418-1

A Marcopolo tem uma Política de Privacidade de Dados Pessoais (aprovada pelo Conselho de Administração em 2021), que estabelece diretrizes, estratégias e responsabilidades na governança da privacidade de dados pessoais para as unidades brasileiras. Como forma de gestão, foi instituído o Comitê de Privacidade de Dados Pessoais e o *Data Protection Officer (DPO)*, profissional responsável pela aplicação de leis que protegem os dados pessoais.

A empresa realiza campanhas regulares de conscientização em segurança da informação por meio da rede interna de comunicação e todos os novos colaboradores assinam o termo de compromisso em relação à política de segurança da informação.

Os fornecedores e prestadores de serviços que fazem tratamento de dados pessoais em nome da Marcopolo devem atender às cláusulas específicas que constam nos contratos firmados entre as partes.

Em 2022, não foram recebidas advertências ou sanções de partes externas e/ou agências reguladoras em virtude da violação à privacidade de dados, nem reclamatórias e/ou solicitações por meio de nossos canais de atendimento. Também não foram identificados incidentes nos controles tecnológicos utilizados na Marcopolo.





## Participação em Associações

GRI 102-13

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

Associação	Site
Associação Serrana de Recursos Humanos (ARH Serrana)	<a href="http://arhserrana.com.br">arhserrana.com.br</a>
Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP)	<a href="http://antp.org.br">antp.org.br</a>
Associação Brasileira da Indústria Ferroviária (Abifer)	<a href="http://abifer.org.br">abifer.org.br</a>
Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais (Apimec)	<a href="http://apimec.com.br/Apimec/Default.aspx">apimec.com.br/Apimec/Default.aspx</a>
Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul (CIC Caxias)	<a href="http://ciccaxias.org.br">ciccaxias.org.br</a>
Confederação Nacional da Indústria (CNI)	<a href="http://portaldaindustria.com.br/cni">portaldaindustria.com.br/cni</a>
Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado do Rio Grande do Sul (CREA-RS)	<a href="http://crea-rs.org.br/site">crea-rs.org.br/site</a>
Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (FABUS)	<a href="http://fabus.com.br">fabus.com.br</a>
Instituto Fenacon	<a href="http://fenaconcd.com.br">fenaconcd.com.br</a>
Instituto Hélice	<a href="http://helice.network">helice.network</a>
Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (Ibef)	<a href="http://ibef.org.br">ibef.org.br</a>
Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)	<a href="http://ibgc.org.br">ibgc.org.br</a>
Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Caxias do Sul e Região (Simecs)	<a href="http://simecs.com.br">simecs.com.br</a>
Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários (Simefre)	<a href="http://simefre.org.br">simefre.org.br</a>
Sindicato Nacional da Indústria e Componentes para Veículos Automotores (Sindipecas)	<a href="http://sindipecas.org.br">sindipecas.org.br</a>
Sindicato das Indústrias de Material Plástico do Nordeste Gaúcho (Simplás)	<a href="http://simplas.com.br/home">simplas.com.br/home</a>
Blog do Transforma RS	<a href="http://transformars.com.br">transformars.com.br</a>

Associação	Site
MIBCO - Motor Industry Bargaining Council	<a href="http://www.mibco.co.za">www.mibco.co.za</a>
RMI- Retail Motor Industry Organisation	<a href="http://www.rmi.org.za">www.rmi.org.za</a>
NAAMSA	<a href="http://www.naamsa.net">www.naamsa.net</a>
Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT)	<a href="http://www.canapat.org.mx">www.canapat.org.mx</a>
Alianza Nacional de Transportadoras Turísticas (ANTT)	<a href="http://antt.org.mx">antt.org.mx</a>
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>



# 3

## Desempenho Financeiro







## Contexto

GRI 102-45

O ano de 2022 marca a retomada do mercado de ônibus, com a recuperação de volumes a partir da reabertura no pós-pandemia. Todos os segmentos apresentaram crescimento na comparação com 2021 no Brasil, enquanto nas operações internacionais os volumes variaram a partir da estratégia adotada pela Companhia para cada um dos mercados. Os resultados da Companhia acompanharam a recuperação, alcançando níveis de rentabilidade saudáveis em 2022, após dois anos de retração.

O aumento dos volumes ocorreu gradualmente ao longo do ano, que começou o primeiro trimestre ainda sob a influência da variante Ômicron. Ao longo do primeiro semestre, a Companhia sofreu com a falta de componentes, especialmente chassis, prejudicando o *ramp-up* de produção. Para atender ao aumento da demanda, a Companhia voltou a contratar mão de obra, não tendo necessidade de realizar paralisações ou férias coletivas durante o ano. A produção alcançou o estágio esperado a partir do terceiro trimestre, sustentando ritmo adequado até o final do ano.

Em 2022, a venda de ônibus e carrocerias da Marcopolo direcionada ao mercado interno cresceu 39% em relação a 2021. Todos os segmentos no mercado interno responderam com aumento da demanda após o fim da pandemia, com destaque para os ônibus rodoviários pesados, utilizados para turismo e linhas rodoviárias de longa distância, que ganharam tração a partir da metade de 2022. A representatividade dos rodoviários pesados aumentou em detrimento dos rodoviários leves, com a proporção entre pesados e leves voltando ao período anterior à pandemia.

O programa federal Caminho da Escola também contribuiu com volumes relevantes, auxiliando a recuperação de urbanos, micros e Volares.

Nas exportações, a demanda também se recuperou, com aumento de 7,7% no volume vendido. O menor crescimento se deve a uma reabertura tardia em comparação com o Brasil. O cenário político conflagrado em mercados importantes da América do Sul afetou vendas, levando a volumes inferiores ao potencial desses países. Um volume menor de grandes pacotes de vendas direcionados ao continente africano também limitou a performance das exportações na comparação com 2021.

Os rodoviários apuraram aumento de 6,3% em volumes produzidos na comparação com 2021. A queda do mercado de fretamento foi parcialmente compensada com o aumento da demanda por ônibus rodoviários pesados, especialmente da Geração 8 ("G8"), que se consolidou como sucesso de vendas.

A produção de urbanos foi 39,9% superior a 2021, com a recuperação do transporte público, anúncios relevantes de investimentos por parte de prefeituras no Brasil e nos mercados externos, e crescimento de volumes no Caminho da Escola. O segmento de micros e Volares manteve boa performance, apresentando crescimento de 25,7% na comparação anual, com destaque para a divisão de negócio Volare. A retomada dos clientes privados e um maior volume entregue para o Caminho da Escola, beneficiaram o segmento.

## Fatos Relevantes e Comunicados ao Mercado

Em 15 de março, a Companhia informou o mercado sobre a incorporação de sua empresa controlada San Marino Ônibus Ltda. pela também empresa controlada Ciferal Indústria de Ônibus Ltda. A planta industrial conhecida como Neobus, localizada em Caxias do Sul, RS, adotou a nova denominação social, passando a ser chamada de Ciferal.

Em 31 de março, a Companhia comunicou ao mercado sobre alterações planejadas em sua governança corporativa, com mudanças relacionadas ao Conselho de Administração e anúncio do plano de sucessão de seu Diretor Geral (CEO). As alterações se tornarão efetivas a partir da Assembleia Geral Ordinária de 2023 e designação da nova Diretoria.

Em 11 de agosto, a Companhia apresentou oficialmente seu ônibus integral elétrico, com chassi e carroceria Marcopolo, o Attivi. A demanda por ônibus elétricos, tanto no Brasil quanto nos mercados de exportação, levou ao desenvolvimento de um veículo próprio, onde, além da carroceria, a Marcopolo também atua como montadora, fabricando o chassi.





## Participação de Mercado

A Marcopolo manteve a liderança de mercado de carrocerias para ônibus, encerrando o ano com uma participação de 53,5%. No ano, a queda na participação de mercado é explicada pela concentração de entregas do programa Caminho da Escola de concorrentes, ainda relativas à licitação de 2021, em 2022 no segmento de micros. A tabela a seguir destaca a participação de mercado da Marcopolo na produção brasileira por linha de produto:

PRODUTOS <sup>(1)</sup>	PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO BRASILEIRA (%)	
	2021	2022
Rodoviários	49,6	44,7
Urbanos	42,1	50,8
Micro e Volares	77,3	61,1
<b>TOTAL</b>	<b>56,9</b>	<b>53,5</b>

Fonte: FABUS e Marcopolo.

Nota: Os modelos Volare foram computados como micro ônibus para efeito de participação no mercado.

## Produção

Em 2022, a produção consolidada da Marcopolo totalizou 14.725 unidades, 31,1% superior às 11.230 fabricadas no exercício de 2021. Desse total, 86,6% foram produzidas no Brasil e as demais 13,4% no exterior. Os dados sobre a produção mundial da Marcopolo são apresentados a seguir:

PRODUÇÃO MUNDIAL CONSOLIDADA			
OPERAÇÕES (em unidades)	2022	2021	Variação %
<b>BRASIL:<sup>(1)</sup></b>			
Mercado Interno	10.727	7.308	46,8%
Mercado Externo	2.117	1.859	13,9%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>12.844</b>	<b>9.167</b>	<b>40,1%</b>
Eliminações KD's exportados <sup>(2)</sup>	97	388	75,0%
<b>TOTAL</b>	<b>12.747</b>	<b>8.779</b>	<b>45,2%</b>
<b>EXTERIOR:</b>			
África do Sul	237	240	-1,3%
Austrália	325	275	18,2%
China	102	30	240,0%
México	672	1.063	-36,8%
Argentina	642	843	-23,8%
<b>TOTAL NO EXTERIOR</b>	<b>1.978</b>	<b>2.451</b>	<b>-19,3%</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>14.725</b>	<b>11.230</b>	<b>31,1%</b>

Notas: (1) Inclui a produção do modelo Volare; (2) KD (Knock Down) = Carrocerias parcial ou totalmente desmontadas.

## Receita Líquida

A receita líquida consolidada alcançou R\$ 5.415,6 milhões em 2022, 54,8% superior aos R\$ 3.499,4 milhões do exercício de 2021. A maior receita se deveu ao incremento de volumes no pós-pandemia, com recuperação do mercado interno, exportações e operações internacionais. As vendas para o mercado interno geraram receitas de R\$ 3.179,2 milhões ou 58,7% da receita líquida total (51% em 2021). As exportações, somadas aos negócios no exterior, atingiram a receita de R\$ 2.236,4 milhões ou 41,3% do total (49% em 2021).

## Resultado Bruto e Margem Bruta

Em 2022, o lucro bruto totalizou R\$ 829,5 milhões, representando 15,3% da receita líquida (R\$ 356,2 milhões ou 10,2% da receita líquida em 2021). O incremento na margem bruta reflete o melhor ambiente de mercado no pós-pandemia, evolução do mix de vendas com acréscimo de volumes de produtos com maior valor agregado, recomposição de margens através do repasse de custos e maior alavancagem operacional, após as reestruturações e reduções de despesas promovidas entre 2020 e 2021. O lucro bruto e a margem bruta foram nega-

tivamente influenciados em 2022 pela postergação de entregas causada pelos afastamentos associados à variante Ômicron no primeiro trimestre e pela falta de componentes, especialmente chassis, ao longo do primeiro semestre.

O resultado também foi impactado, especialmente no segundo semestre, por dificuldades operacionais da controlada argentina Metalsur, bem como pela entrega dos volumes remanescentes do programa Caminho da Escola relativos à licitação de 2021 com rentabilidade deteriorada pela inflação no período.

## Despesas com Vendas

As despesas com vendas somaram R\$ 231,3 milhões em 2022 ou 4,3% da receita líquida, contra R\$ 191,6 milhões, ou 5,5% da receita, em 2021.

A elevação das despesas comerciais em termos absolutos reflete o comissionamento sobre as vendas realizadas pela Companhia.

## Despesas Gerais Administrativas

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 243,2 milhões em 2022 e R\$ 206,3 milhões em 2021, representando 4,4% e 5,9% da receita líquida, respectivamente.

A diluição de custos fixos verificada em 2022 contribuiu para o incremento do resultado do ano, como reflexo positivo das reestruturações e reduções de despesas promovidas entre 2020 e 2021.



## Outras Receitas/Despesas Operacionais

Em 2022, foram contabilizados R\$ 47,7 milhões como “Outras Despesas Operacionais” contra R\$ 254 milhões em 2021. O principal impacto negativo registrado como “Outras Despesas Operacionais” se refere à constituição de provisões trabalhistas relacionadas às rescisões realizadas durante a pandemia, no montante total de R\$ 42,7 milhões.

Em 2021, a linha havia sido beneficiada por discussões tributárias com impacto positivo de R\$ 18 milhões associado a processos de exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS, líquido de honorários; por R\$ 67,6 milhões referente a não incidência de Imposto

de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) sobre a atualização monetária de débitos tributários, conforme julgamento do Supremo Tribunal Federal; e por, R\$ 40,7 milhões referente a êxito em ação judicial que discutia a não incidência do IRPJ e CSLL sobre a atualização monetária atrelada a aplicações financeiras.

A Companhia também havia reconhecido impacto positivo de R\$ 29,7 milhões referente à alienação do imóvel da unidade Marcopolo Rio, localizado em Duque de Caxias (RJ) que se encontrava em inatividade e disponível para venda desde 30 de outubro de 2020.

## Resultado Financeiro Líquido

O resultado financeiro líquido de 2022 foi positivo em R\$ 147,5 milhões, contra um resultado também positivo de R\$ 154,9 milhões em 2021.

Em 2022, o resultado financeiro foi beneficiado de forma não recorrente em R\$ 81,2 milhões relativamente ao efeito financeiro de aportes realizados na forma de mútuos em favor da controlada argentina Metalsur. O montante de USD 14 milhões foi utilizado para fazer frente a obrigações em dólares registradas pelo câmbio oficial, associadas especialmente à manutenção do negócio, como fornecedores e empregados. As diferenças entre o câmbio de internação dos recursos e o de pagamento das obrigações geraram ganhos financeiros traduzidos pelo valor acima mencionado.

Em 2021, o resultado financeiro havia sido beneficiado pelo reconhecimento da atualização monetária incidente sobre os valores em discussão nos processos de exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS, contribuindo positivamente com R\$ 166,2 milhões, bem como por reflexo positivo de R\$ 22 milhões relativamente a não incidência de IRPJ e a CSLL sobre a atualização monetária de débitos tributários e em R\$ 19,9 milhões pelo reconhecimento de êxito em ação judicial que discutia a não incidência do IRPJ e CSLL sobre a atualização monetária atrelada a aplicações financeiras.

## EBITDA

O EBITDA alcançou R\$ 385,6 milhões em 2022, com margem de 7,1%, contra R\$ 333,5 milhões e margem de 9,5% em 2021.

O EBITDA foi afetado positivamente pelo melhor ambiente de mercado no pós-pandemia, evolução do mix de vendas com acréscimo de volumes de produtos com maior valor agregado, recomposição de margens através do repasse de custos e maior alavancagem operacional, após as reestruturações e reduções de despesas promovidas entre 2020 e 2021. Negativamente, o EBITDA foi impactado pela postergação de entregas causada pelos afastamentos associados à variante Ômicron no primeiro trimestre e pela falta de componentes, especialmente chassis, ao longo do primeiro semestre, por provisões trabalhistas (R\$ 42,7 milhões), pelos resultados da coligada canadense *NFI Group Inc.* (R\$ 60,3 milhões), pelos resultados da controlada argentina Metalsur (R\$ 120,1 milhões), bem como pela entrega dos volumes remanescentes do programa Caminho da Escola relativamente à licitação de 2021, com margens deterioradas em função da inflação no período.

Em 2021, o EBITDA havia sido beneficiado pela linha de “Outras Receitas Operacionais” que contribuíram, de forma não recorrente, com R\$ 254 milhões.

## Lucro Líquido

O lucro líquido de 2022 atingiu R\$ 436,8 milhões, com margem líquida de 8,1%. A recuperação dos resultados da Companhia em 2022 se deve aos fatores detalhados no EBITDA e no resultado financeiro. O resultado representa recorde histórico em valores absolutos, marcando a saída da Companhia da crise de demanda gerada pela pandemia de Covid-19.

## Endividamento Financeiro

O endividamento financeiro líquido totalizava TR\$ 1.127,1 milhões em 31.12.2022 (R\$ 923,2 milhões em 31.12.2021). Desse total, R\$ 478,8 milhões eram provenientes do segmento financeiro (Banco Moneo) e R\$ 648,2 milhões do segmento industrial.

Cabe ressaltar que o endividamento do segmento financeiro provém da consolidação das atividades do Banco Moneo e deve ser analisado separadamente, uma vez que possui características distintas daquele proveniente das atividades industriais da Companhia. O passivo financeiro do Banco Moneo tem como contrapartida a conta de “Clientes” no Ativo do Banco. O risco de crédito está devidamente provisionado. Por se tratar de repasses do FINAME, cada desembolso oriundo do BNDES tem exata contrapartida na conta de recebíveis de clientes do Banco Moneo, tanto em prazo como em taxa fixa.

Em 31 de dezembro, o endividamento financeiro líquido do segmento industrial representava 1,7 vezes o EBITDA dos últimos 12 meses.

## Geração de Caixa

Em 2022, as atividades operacionais geraram recursos de R\$ 45,4 milhões. As atividades de investimento, deduzidos os dividendos recebidos de empresas coligadas, demandaram R\$ 94 milhões, enquanto as atividades de financiamento consumiram R\$ 83 milhões.

Como resultado, o saldo inicial de caixa de R\$ 1.398,7 milhões, considerando as aplicações financeiras não disponíveis e deduzindo-se R\$ 25,2 milhões relativo à diferença entre a variação cambial e a variação das contas relativas às aplicações financeiras não disponíveis, reduziu-se para R\$ 1.241,9 milhões ao final do ano.





## Mercado de Capitais

Em 31 de dezembro de 2022, o capital social da Companhia era de R\$ 1.334.052.461,60, dividido em 946.892.882 ações, sendo 341.625.744 ações ordinárias (36,1%) e 605.267.138 (63,9%) ações preferenciais, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.

Em 2022, transações com ações da Marcopolo na B3 movimentaram R\$ 3.638,1 milhões. A participação de investidores estrangeiros no capital social da Marcopolo totalizava, em 31 de dezembro, 41,2% das ações preferenciais e 27,2% do capital social total. No fim do período, a Companhia possuía 69.408 acionistas.

A tabela a seguir demonstra a evolução dos principais indicadores relacionados ao mercado de capitais:

Indicadores	2022	2021
Valor transacionado (R\$ milhões)	3.638,1	4.853,6
Valor de mercado (R\$ milhões) <sup>(1)(2)</sup>	2.679,7	2.888,0
Ações existentes	946.892.882	946.892.882
Valor patrimonial por ação (R\$)	3,36	3,07
Cotação POMO4 no final do período	2,83	3,05

**Notas:** (1) Cotação da última transação do período da ação Preferencial (POMO4), multiplicado pelo total das ações (ordinárias e preferenciais) existentes no mesmo período. (2) Desse total 6.509.670 ações preferenciais encontravam-se em tesouraria em 31.12.2022.

O valor para pagamento de juros a título de remuneração do capital próprio, imputado aos dividendos referentes ao exercício de 2022, totaliza R\$ 220 milhões ou R\$ 0,234 por ação. O valor total a ser distribuído equivale a 50,4% do lucro líquido atribuível ao resultado em 2022, e representa um *yield* (dividendo por ação/cotação da ação preferencial ao final do exercício) de 8,3%.

## Investimentos e Imobilizações

Em 2022, a Marcopolo investiu R\$ 97,4 milhões, dos quais R\$ 53,8 milhões foram despendidos na controladora e aplicados da seguinte forma:

- ✓ R\$ 34,5 milhões em máquinas e equipamentos;
- ✓ R\$ 5,8 milhões em prédios e benfeitorias;
- ✓ R\$ 11,8 milhões em equipamentos de informática e softwares; e
- ✓ R\$ 1,7 milhão em outras imobilizações.

Nas controladas, foram investidos R\$ 43,7 milhões, sendo:

- ✓ R\$ 27,2 milhões na Volare Veículos (São Mateus);
- ✓ R\$ 3,5 milhões na Marcopolo Argentina;
- ✓ R\$ 4,4 milhões na Marcopolo Austrália;
- ✓ R\$ 4,8 milhões na Ciferal (antiga San Marino);
- ✓ R\$ 1,4 milhão na Marcopolo México;
- ✓ R\$ 1,4 milhão na Marcopolo África do Sul; e
- ✓ R\$ 0,9 milhão nas demais unidades.



## Desempenho das Controladas e Coligadas

GRI 102-4

**Em 2022, as unidades controladas no exterior produziram 1.978 unidades, 19,3% inferior à produção de 2021 (2.451 unidades).**

### MARCOPOLO SOUTH AFRICA (MASA)

Em 2022, a MASA, entregou 268 unidades, aumento de 11,7% em relação a 2021.

Através da produção e venda de produtos de maior valor agregado, a controlada segue ganhando rentabilidade, apresentando lucro líquido de R\$ 3,5 milhões em 2022 (R\$ 1,2 milhão positivo em 2021). A Companhia mostrou melhora também em seus indicadores operacionais e participação de mercado.

### MARCOPOLO ARGENTINA (METALSUR)

Em 2022, a operação argentina entregou 691 unidades, recuo de 18% em relação a 2021. A controlada sofreu com a confluência de fatores negativos, incluindo, especialmente, a inflação local crescente, que afetou as margens dos pedidos em carteira, e dificuldades operacionais que redundaram em atrasos nas entregas. Ao final de 2022, após aportes realizados na forma de mútuos e detalhado no resultado financeiro, a empresa conseguiu reduzir seu prejuízo líquido para R\$ 43,8 milhões.

### MARCOPOLO AUSTRÁLIA (VOLGREN)

A Volgren entregou 328 unidades em 2022, aumento de 19,3% em relação a 2021. O ambiente favorável em vendas não se refletiu em resultados positivos, à medida que a inflação corroeu as margens dos pedidos em carteira.

A operação é dependente de vendas a entes públicos, o que dificulta repasses posteriores de custos, travando preços por longos períodos. A controlada apresentou prejuízo líquido de R\$ 20,9 milhões em 2022.

### MARCOPOLO CHINA (MAC)

A MAC conta com uma área de *sourcing*, produção de peças, componentes e carrocerias de ônibus, bem como de produção de ônibus em PKD para a exportação.

A unidade, que não vende para o mercado interno chinês e exporta para países da Ásia, África e Oceania, sofreu com novas restrições aplicadas aos seus principais mercados. A operação conseguiu conquistar novos pedidos em 2022, com incremento de 230% em volumes.

### MARCOPOLO MÉXICO (POLOMEX)

A Polomex entregou 677 unidades em 2022, 36,3% inferior a 2021. A redução fez parte da estratégia da empresa em concentrar vendas em veículos rodoviários, de maior valor agregado. A mudança estratégica resultou em reversão do prejuízo apurado em 2021 para lucro líquido de R\$ 1,1 milhão em 2022.

### NFI GROUP INC

A NFI Group Inc., empresa na qual a Marcopolo possui participação acionária de 8,5%, é a principal fabricante de ônibus urbanos e rodoviários nos Estados Unidos e Canadá. Sediada em Winnipeg, Canadá, a companhia é líder em tecnologia e oferece a mais ampla linha de produtos. Os resultados da NFI afetaram negativamente a equivalência patrimonial em R\$ 60,3 milhões. A empresa vem sofrendo com a falta de componentes, associada à postergação de entregas e inflação sobre a longa carteira de pedidos.

### SUPERPOLO

A Superpolo sustentou resultados positivos mesmo com a retração de volumes em 2022, apurando equivalência patrimonial de R\$ 2,7 milhões. O mercado colombiano vivenciou um pico de vendas entre 2019 e 2020, e o arrefecimento de volumes e resultados já era esperado.

### BANCO MONEO

O banco está autorizado a atuar nas carteiras de arrendamento mercantil e crédito, financiamento e investimento. Em 2022, o banco apresentou lucro líquido de R\$ 15,5 milhões (R\$ 8,3 milhões em 2021). O Moneo manteve a política de priorizar a qualidade da sua carteira de crédito, por meio de um rigoroso sistema de avaliação e aprovação, beneficiando-se no período pós-pandemia.





# 4

## Gestão de Pessoas





# Conhecendo a Equipe Marcopolo

GRI 102-8, 401-1, 405-1

A equipe global da Marcopolo é composta por 13.375 colaboradores e está distribuída em sete países, sendo que 77,2% se concentra no Brasil. Em termos de gênero, as mulheres representam 19,5% do quadro no Brasil e 8,9% nas unidades do exterior, totalizando 20,6% dos colaboradores.

## Nº de colaboradores por gênero e tipo de emprego

MODALIDADE	BRASIL		EXTERIOR	
	2022			
homens	Integral	7.778	2.470	
	Meio Período	291	286	
	Aprendiz	192	14	
	Estagiário	46	14	
	<b>Total</b>	<b>8.307</b>	<b>2.784</b>	
mulheres	Integral	1.618	259	
	Meio Período	213	8	
	Aprendiz	150	2	
	Estagiário	31	3	
	<b>Total</b>	<b>2.012</b>	<b>272</b>	

13.375  
TOTAL DE COLABORADORES

Além disto, a empresa criou em 2004 um programa de inclusão de pessoas com deficiências para as unidades brasileiras, chamado Envolver.

Os colaboradores contratados por meio desse programa participam de ações de preparação para o trabalho, recebem acompanhamento permanente por parte de equipe especializada e, também, pela gestão responsável.

A Marcopolo tem como um de seus compromissos, vinculado ao Valor Respeito e Valorização das Pessoas, a construção de relacionamentos que valorizem a diversidade, a inclusão e a contribuição de profissionais com diferentes perfis. Por isto, reconhece a importância de promover o crescimento do número de mulheres em posições de gestão.

A meta para 2022 era de aumentar em 7% esse percentual nas unidades do Brasil. Essa meta foi superada, passando de 6,98% em 2021 para 8,25% em 2022, o que representou um crescimento de 18,19%.

## % Ocupantes de cargos de gestão por gênero

GÊNERO	BRASIL	2022	EXTERIOR
Homens	91,75		84,97
Mulheres	8,25		15,03



Programa Envolver

# Capacitação de Colaboradores

GRI 404-1

A Marcopolo considera a capacitação de seus colaboradores um investimento para o bom desempenho nos negócios atuais e para o futuro. Em 2022, foram realizadas 293.694 horas de treinamento, com uma média de 21 horas por colaborador/ano, entre programas presenciais e no formato *on line* para o quadro de todas as unidades.

A Universidade Marcopolo oferece aos colaboradores a participação em treinamentos no formato *tt*, contando com mais de 230 títulos de conteúdo em trilhas específicas de preparação para a carreira. A plataforma está disponível para os colaboradores das unidades do Brasil, Argentina, Colômbia, México, Austrália e África do Sul, com uma média mensal de 3.500 acessos.

Em 2022 foram realizados vários programas focados no desenvolvimento das competências Marcopolo para os gestores em todos os níveis.

A empresa oferece aos colaboradores das unidades brasileiras acesso facilitado a programas de qualificação para comunicação nos idiomas inglês e espanhol.



Treinamento de gestores no Brasil



Treinamento de grupos na China



Formatura da EFPM

Em relação aos programas para jovens aprendizes, a Escola de Formação Profissional Marcopolo (EFPM), que completou 23 anos, formou 91 profissionais no curso de Montador de Veículos Automotores, tendo selecionado mais 50 jovens para o período de 2022/2023. O curso é realizado em parceria com o SENAI e a Fundação de Assistência Social.



## Benefícios aos Colaboradores e Familiares

GRI 401-2

Os colaboradores da Marcopolo e seus familiares têm acesso a uma variedade de benefícios, adaptados conforme as necessidades e legislação de cada país e localidade. De forma geral, os benefícios estão voltados para programas de saúde, alimentação, educação, esporte e bem-estar.

Nas unidades brasileiras, a Fundação Marcopolo é responsável por conduzir a maior parte dessas ações, como campeonatos esportivos, atividades recreativas, treinamento de futebol para crianças, oficinas socioeducativas para estudantes, Dia da Criança, Festa de São João, Entrevero Farroupilha e a tradicional Festa de Natal.



Entrevero Farroupilha



Festa de Natal



Dia das Crianças



Festa de Natal





## Relações Trabalhistas

GRI 102-41

Os colaboradores das unidades Marcopolo no Brasil e no exterior têm direito à livre associação com as entidades sindicais representativas das categorias profissionais a que pertencem, com reconhecimento por parte da empresa. No Brasil, 100% dos empregados estão cobertos por acordos de negociação coletiva e, no exterior, a adesão depende da categoria profissional.

A empresa procura manter um bom relacionamento com as diversas entidades sindicais por meio dos representantes de ambas as partes, de forma aberta e transparente.

## Sistema de Gestão de Saúde e Segurança

GRI 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 403-9, 403-10

Para a Marcopolo, a saúde e segurança no trabalho são considerados prioritários. Por isto, existe um sistema de gestão certificado na norma ISO 45001 atingindo a totalidade dos colaboradores no Brasil.

As unidades do exterior seguem a legislação aplicada localmente, com equipes especializadas atuando em todas as plantas.

Os indicadores destes processos são avaliados, periodicamente, pela diretoria e pelo Comitê de Recursos Humanos e Ética, atrelado ao Conselho de Administração.

A empresa vem investindo continuamente em sistemas de proteção e prevenção com o objetivo de reduzir os riscos ocupacionais e a ocorrência de acidentes de trabalho.



## Gestão de Saúde

A empresa dispõe de ambulatórios estruturados para atendimento médico assistencial e ocupacional aos seus colaboradores em todas as unidades do Brasil e do exterior. Um convênio de assistência médica extensivo aos familiares é disponibilizado para os empregados nas unidades brasileiras e em algumas unidades do exterior, como Argentina e México.

A empresa também realiza programas com focos específicos para promoção da saúde e do bem-estar, como vacinação antigripal, saúde mental e prevenção ao câncer.

O monitoramento da saúde ocupacional é realizado em conjunto pela equipe médica, enfermagem e de segurança do trabalho em todas as unidades. Os indicadores são submetidos à análise crítica em reuniões com alta gestão. O monitoramento é feito de acordo com os programas específicos definidos pela legislação de cada país.

No Brasil, o monitoramento é feito com base no PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional) e com o PCA (Programa de Conservação Auditiva). Os dados sobre saúde servem de referência para as ações dos programas de prevenção e bem-estar coletivos, mantidos sob sigilo conforme a legislação de proteção de dados de cada país.

Em todas as unidades, são oferecidos sistemas para proteção individual e coletiva para os colaboradores, de acordo com a área de atuação e função. Visitantes

e terceiros também são contemplados, conforme as necessidades específicas. Além disso, as plantas industriais têm sinalização adequada para atender aos requisitos de segurança e riscos ambientais.

Os casos de doenças ocupacionais são avaliados por uma equipe especializada em cada unidade da empresa e ações preventivas e corretivas são tomadas de acordo com as necessidades identificadas. Existe um protocolo de investigação e nexos utilizado como referência para o processo de avaliação.



GESTÃO DE SAÚDE 2022	BRASIL	EXTERIOR	TOTAL
<b>DOENÇAS OCUPACIONAIS</b> Nº de mortes resultantes de lesões relacionadas ao trabalho (doença profissional)	0	0	0
<b>DOENÇAS OCUPACIONAIS</b> Nº de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui morte) - com retorno após 6 meses	3	0	3
<b>Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes) - com retorno após 6 meses*</b>	0,17	0,00	0,14

\*Fórmula: Taxa= Nº lesões x 1.000.000 / Horas Trabalhadas



## Gestão da Segurança

As equipes especializadas trabalham de forma integrada com as demais áreas para identificar e eliminar/minimizar a exposição dos colaboradores a riscos, visando a proporcionar um ambiente seguro e saudável.

No Brasil, algumas das ferramentas utilizadas são as Observações de Segurança, os Diálogos de Segurança, os cartões “T” (para relatos de quase acidentes) e os *kaizens*, que são parte da filosofia *Lean*.

A empresa também conta com o apoio dos participantes das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA) e dos membros da Equipe Interna de Combate a Incêndio, que realizam inspeções de segurança nos diversos ambientes, buscando oportunidades de melhoria.

Anualmente cada unidade realiza a Semana Interna de Prevenção de Acidentes Marcopolo (SIPAMAR), com foco educativo para disseminar a cultura de segurança e aumentar a percepção dos colaboradores para a identificação e prevenção de riscos. Já as informações sobre Saúde e Segurança são divulgadas aos colaboradores por meio da rede ViaPolo e pelos gestores nas reuniões de *Shop Floor*.

Também são realizados treinamentos gerais sobre segurança e específicos para determinadas funções, conforme definidos pelas Normas Regulamentadoras (NRs), de forma presencial e/ou pela plataforma *on line* da Universidade Marcopolo.

No exterior, as ações de prevenção são semelhantes às desenvolvidas no Brasil, com a devida adaptação à realidade e legislação local.

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



GESTÃO DE SAÚDE 2022	BRASIL	EXTERIOR	TOTAL
Nº de mortes resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0	0	0
Nº de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes) - com retorno após 6 meses	1	2	3
Nº de lesões registradas relacionadas ao trabalho (inclui mortes) todos com CAT (Comunicação de Acidente de Trabalho)	88	99	187
Taxa de fatalidades resultantes de lesões relacionadas ao trabalho*	0	0	0
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes) - com retorno após 6 meses*	0,06	0,46	0,14
Taxa de lesões registradas relacionadas ao trabalho (inclui mortes) todos com CAT (Comunicação de Acidente de Trabalho)	5,01	22,77	8,54

\*TF = Taxa de frequência. **Fórmula** = Nº Lesões X 1.000.000 / Horas Trabalhadas

O tipo de atividades realizadas nas áreas operacionais, como parte de um processo produtivo de indústria pesada manufatureira, é propenso à ocorrência de acidentes, especialmente com lesões osteomusculares e em mãos.

A empresa vem desenvolvendo ações educativas de prevenção junto aos colaboradores em todas as unidades, como forma de alertar para os riscos, incentivar o uso dos equipamentos de proteção individual e coletiva e, também, para a manutenção de um comportamento seguro no ambiente de trabalho.

A Marcopolo Brasil experimentou uma acentuada redução no número absoluto e na taxa de frequência de acidentes, que era 29,72 no ano de 2016, e chegou ao patamar de 3,75 em 2021.

Essa tendência foi alterada no ano de 2022, motivada essencialmente pelo incremento muito grande no número de colaboradores novatos, sem experiência nos processos de metalurgia e nos riscos ocupacionais dessas atividades.

Em função disto, a meta de redução de 7% na Taxa de Frequência para 2022 no Brasil não foi alcançada. A meta futura será redefinida após revisão do Programa de Segurança ao longo do ano de 2023.



# 5 Relacionamento com Partes Interessadas





## Relacionamento com Partes Interessadas

GRI 102-9, 102-40, 102-43, 204-1, 401-2, 413-1

Entre os principais públicos de interesse da Marcopolo estão os clientes, os investidores, os fornecedores, os parceiros de negócios, como a rede de representantes e distribuidores, as montadoras de chassis, bem como os colaboradores e a comunidade em geral. A Marcopolo procura desenvolver um relacionamento de transparência e confiança com os seus diversos públicos.

## Relacionamento com Clientes

A Marcopolo considera o cliente como a razão de sua existência. Por isto, o foco está em identificar o que é percebido como valor para o cliente, atuando para construir relacionamentos seguros e de longo prazo. Os colaboradores de todas as áreas devem demonstrar empenho para entregar produtos com qualidade, atendendo ao cliente com presteza e agilidade.

A empresa investe em um conjunto de canais de comunicação para aproximação com o cliente, tais como o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC - 0800) e plataformas de canais digitais (e-mails, sites, Facebook, WhatsApp, Instagram, Youtube).

Outro aliado importante para garantir uma comunicação abrangente é a rede de representantes e concessionárias, que apoia no relacionamento com os clientes, na divulgação de informações e no desenvolvimento de ações regulares com foco na aproximação.

A presença da Marcopolo nas mídias sociais propicia que o público se relacione com a empresa e seus produtos, fortalecendo a reputação das marcas. O monitoramento da interação serve como fonte para pesquisa e desenvolvimento.

A empresa também tem uma área específica com o objetivo de oportunizar treinamentos em operação e manutenção dos produtos aos clientes, representantes e concessionários das marcas Marcopolo, Volare e Neobus.

Os cursos visam a manter as equipes de campo capacitadas para promover uma assertiva manutenção preventiva ou corretiva na carroceria, bem como nivelar conhecimentos quanto ao funcionamento das novas tecnologias embarcadas. As ações de treinamento ocorrem em três formatos: EAD (Ensino à Distância), semipresencial e presencial.

MERCADO INTERNO E EXTERNO	TREINAMENTO PARA CLIENTES		
	Brasil	Exterior	TOTAL
Participantes	947	339	1.286
Horas	7.703	775	8.478



Treinamento de clientes na Argentina

A Marcopolo avalia anualmente o relacionamento com seus clientes por meio de uma Pesquisa de Satisfação, como parte de sua política de transparência.

A amostra considera o tipo de público e o volume de compra dos clientes. Até o presente, a pesquisa é realizada apenas para com os clientes das unidades brasileiras.

MARCA	MÉDIA DE SATISFAÇÃO	
	2021	2022
Marcopolo	9,2	8,26
Volare	8,8	7,5



## Relacionamento com Colaboradores

A Marcopolo mantém mecanismos para acompanhar a satisfação de seus colaboradores, como pesquisas específicas e canais de ouvidoria. Uma pesquisa de clima organizacional global está programada para janeiro de 2023 e os resultados servirão de base para ações de melhoria em todas as unidades no Brasil e no exterior.

A empresa também dispõe de vários canais para manter a equipe de colaboradores bem informada sobre os diversos assuntos, tais como quadros murais, intranet, revista impressa, informativo semanal e grupos de Whatsapp, que fazem parte da Rede ViaPolo. Esses canais são adaptados às condições específicas das unidades do exterior. Também existem reuniões periódicas de alinhamento com as equipes e um encontro de fechamento de ano com o Diretor Geral para as unidades brasileiras. Além disto, são desenvolvidas diversas ações de relacionamento para promover o engajamento dos colaboradores, como datas festivas, comemorações por resultados, aniversário de unidades e homenagem por tempo de serviço.



Prêmio Honra ao Mérito para colaboradores com 25 anos de empresa



Visita de filhos de colaboradores no México

## Relacionamento com Fornecedores

O relacionamento da Marcopolo com a cadeia de suprimentos consiste no desenvolvimento de fornecedores e materiais, negociando condições comerciais robustas que atendam aos requisitos de qualidade, entrega, diretrizes de *Compliance*, meio ambiente e segurança.

O principal meio de relacionamento com a cadeia de suprimentos é a página de web denominada Portal de Fornecedores Marcopolo. Acesse em: <https://portaldefornecedores.marcopolo.com.br/>

O processo de compras é monitorado com verificação da conformidade dos parâmetros negociados, envolvendo: qualidade, entrega e requisitos comerciais.

A Marcopolo no Brasil possui parte significativa de sua cadeia de suprimentos desenvolvida próxima às unidades de Caxias do Sul (RS) e mantém um processo de desenvolvimento ativo para fornecedores localizados nas proximidades da cidade de São Mateus (ES).

CADEIA DE SUPRIMENTOS UNIDADES DE CAXIAS DO SUL - 2022	
Rio Grande do Sul	64%
Demais estados	31%
Exterior	5%

CADEIA DE SUPRIMENTOS UNIDADE DE SÃO MATEUS - 2022	
Espírito Santo	15%
Demais estados	84%
Exterior	1%

A empresa está atuando junto às unidades do exterior para mapeamento da cadeia de suprimentos de cada localidade.



## Relacionamento com Investidores

A Companhia dispensa tratamento justo e igualitário a todos os minoritários, sejam do capital ou das demais partes interessadas (*stakeholders*). Utiliza elevados padrões de transparência na divulgação de resultados, com o objetivo de estabelecer um clima de confiança, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros.

Em 2022, a Empresa realizou reuniões com a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais (APIMEC), participou de diversas conferências e *non-deal roadshows* promovidos por instituições financeiras no Brasil e no exterior, e manteve atendimento a analistas e investidores.

A Marcopolo também realizou seu *investor day* presencial, com transmissão ao vivo através de sua página de Relações com Investidores. O website da área de relações com investidores possui conteúdo atualizado para atender ao público investidor. **Acesse: [ri.marcopolo.com.br](http://ri.marcopolo.com.br)**

## Relacionamento com Comunidades

A Marcopolo tem o compromisso de contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde está inserida. Todas as unidades no Brasil e no exterior procuram realizar ações que possam envolver as pessoas do seu entorno.

Algumas dessas ações são: visitas de estudantes às dependências da empresa, palestras em escolas e doações para instituições sociais.

## Fundação Marcopolo

**No Brasil, desde 1988 a Fundação Marcopolo atua no desenvolvimento social das comunidades, com base em quatro pilares: educação, cultura, esporte e fazer o bem. O público principal é formado por alunos de escolas públicas, além dos filhos de colaboradores.**

### Educação

A Fundação Marcopolo coordena um trabalho de estímulo ao desenvolvimento socio-pedagógico de crianças e adolescentes. Em 2022 foram atendidos mais de 25 mil estudantes de escolas públicas em Caxias do Sul. Destaca-se o Projeto Escolas, que há 19 anos promove ações de atualização para professores e diretores em temas emergenciais da atualidade.

Também são realizadas melhorias estruturais (obras e reformas) nas escolas públicas atendidas e atividades de lazer em comemoração ao Dia da Criança.

Os estudantes do Projeto Escolas também participam dos programas de inclusão através da Escolinha de Futebol e Escola Marcopolo de Criatividade.



Ação do Projeto Escolas



## Cultura

Em 2022 foi lançado o projeto Escola Marcopolo de Criatividade (EMC), com o objetivo de oportunizar atividades em contraturno para jovens de 12 a 18 anos, sendo filhos de colaboradores ou estudantes do Projeto Escolas. Foram aproximadamente 300 jovens que participaram das 15 oficinas de diversos temas como Culinária, Teatro, Audiovisual, Desenho, Pensamento Computacional, Matemática, Produção de Texto, Artesanato, entre outras, totalizando mais de 800 horas de oficinas e aulas.

Também foram realizados projetos de inclusão através de parcerias, destacando-se o Cultura Hip Hop nas Escolas, que utiliza desta linguagem para tratar de temas como liderança, repertório pessoal, responsabilidade consigo mesmo e com a sociedade.

Foram mais de 5 mil estudantes atendidos em Caxias do Sul, em 10 escolas públicas.

Outros projetos adicionais foram realizados, tais como o Viajante das Artes, com oficinas de escrita para 10 escolas, utilizando um ônibus-biblioteca. Este veículo também participou de diversas feiras do livro e eventos de prefeituras da região caxiense.

A Fundação atua no resgate da memória e da tradição, em parceria com o projeto “Causos e Gaitas”, que documenta a história da música de raiz do Rio Grande do Sul. Este projeto culmina com as atividades do Entrevero Farroupilha e tem o fim de apresentar às novas gerações os aspectos de formação do gaúcho.



Oficina da EMC

## Esporte

A Fundação Marcopolo oferece uma Sede Recreativa equipada com um dos melhores complexos esportivos do estado do Rio Grande do Sul, com capacidade para mais de 3 mil pessoas. Em 2022 foram realizadas diversas atividades, como torneios e campeonatos esportivos para os colaboradores, familiares e comunidade, em parceria com outras instituições.

A Escolinha de Futebol é um projeto desenvolvido com parceiros, através de leis de incentivo ao esporte, e que oferece 100 vagas para estudantes do Projeto Escolas e filhos de colaboradores, incluindo uniformes e transporte.

A Sede Recreativa também começou a gerar energia própria através de um sistema fotovoltaico, reduzindo o consumo de energia contratada em mais de 70% no ano de 2022.



Campeonato interno

## Fazer o Bem

A Fundação Marcopolo realiza campanhas de arrecadação e destinação de alimentos, móveis, materiais de higiene e vestuário, atendendo emergências nas cidades próximas das unidades industriais.

No segundo semestre de 2022, a Fundação passou a oferecer atividades de formação profissional para jovens, com o Projeto Amplificador, financiado através de lei de incentivo em parceria com outras empresas de Caxias do Sul.

O projeto incluiu oficinas de Moda para criação de figurinos com as sobras de tecidos dos bancos dos ônibus produzidos na Marcopolo. O encerramento contou com um desfile de moda em uma comunidade e com sete videoclipes e dez canções produzidos e gravados pelos jovens participantes.



## Prêmios e Reconhecimentos

No decorrer de 2022, a Marcopolo Brasil recebeu diversos prêmios e reconhecimentos por sua atuação em diferentes campos da sociedade. Entre eles, destacam-se:



BRASIL

Premiação	Concedente	Motivo
50º Prêmio Exportação RS	ADVB/RS	Categoria: Destaque Mercadológico
Prêmio Lótus 2022	Editora Frota	Marcopolo conquistou a liderança no mercado brasileiro de veículos comerciais nas categorias: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca de carrocerias de ônibus</li> <li>• Marca de carroceria rodoviária</li> <li>• Campeão de vendas</li> </ul>
Prêmio AutoData 2022	AutoData	Categorias: Produtor de Carroçarias e Implementos e Exportador/ Fornecedor, pelas ações desenvolvidas entre o segundo semestre de 2021 e o primeiro semestre de 2022
Marca de Quem Decide 2022	Jornal do Comércio / Qualidata	Marcopolo é líder na preferência na categoria Marcas Gaúchas Inovadoras; está entre as mais lembradas e preferidas na categoria Grandes Marcas Gaúchas do ano; Líder na lembrança e preferência na categoria Fábrica de ônibus
Prêmio IF Design Award 2022	IF Design Award	O modelo Marcopolo G8 venceu a premiação internacional na categoria de ônibus com melhor conjunto ótico
Prêmio AutoData 2022	AutoData	Volare foi considerada uma das Melhores do Setor Automotivo, na categoria Veículo Ônibus com o Volare Fly 10
Prêmio Maiores do Transporte & Melhores do Transporte	OTM Editora	A empresa foi destaque na categoria de Fabricante de Carrocerias de Ônibus e também eleita "A melhor entre as melhores da categoria Indústria" pelos indicadores de desempenho avaliados pela premiação
Prêmio Troféu Transparência Anefac	Anefac	A empresa está entre as mais transparentes do Brasil pela qualidade de suas demonstrações financeiras no exercício de 2021
Prêmio Top of Mind	Grupo Amanhã	Marcopolo é agraciada na categoria Grandes Empresas do Rio Grande do Sul, a marca mais lembrada





# 6 Gestão Ambiental





# Gestão Ambiental

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 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

A Marcopolo tem um compromisso permanente com a preservação do meio ambiente, que faz parte do seu Valor Sustentabilidade.

Os controles necessários para minimizar os impactos decorrentes das atividades são estabelecidos em conformidade com a legislação aplicável em cada país e com a busca contínua das melhores práticas.

A conscientização dos colaboradores ocorre continuamente pela atuação de equipes de apoio e é reforçada pelos meios de comunicação interna com informações e

diretrizes sobre a correta destinação dos resíduos, redução do desperdício de materiais e os principais cuidados na utilização dos recursos naturais, água e energia elétrica.

No Brasil, o sistema de gestão ambiental é certificado na Norma ISO 14001, em todas as unidades industriais, possibilitando a avaliação periódica da eficácia desse sistema junto aos processos.

Em 2022, a empresa acompanhou os indicadores do seu desempenho ambiental em relação ao consumo de água e de energia e geração de resíduos sólidos.

**Em 2022, os investimentos nas iniciativas de gestão ambiental no Brasil e exterior somaram R\$ 7.951.166,95\***

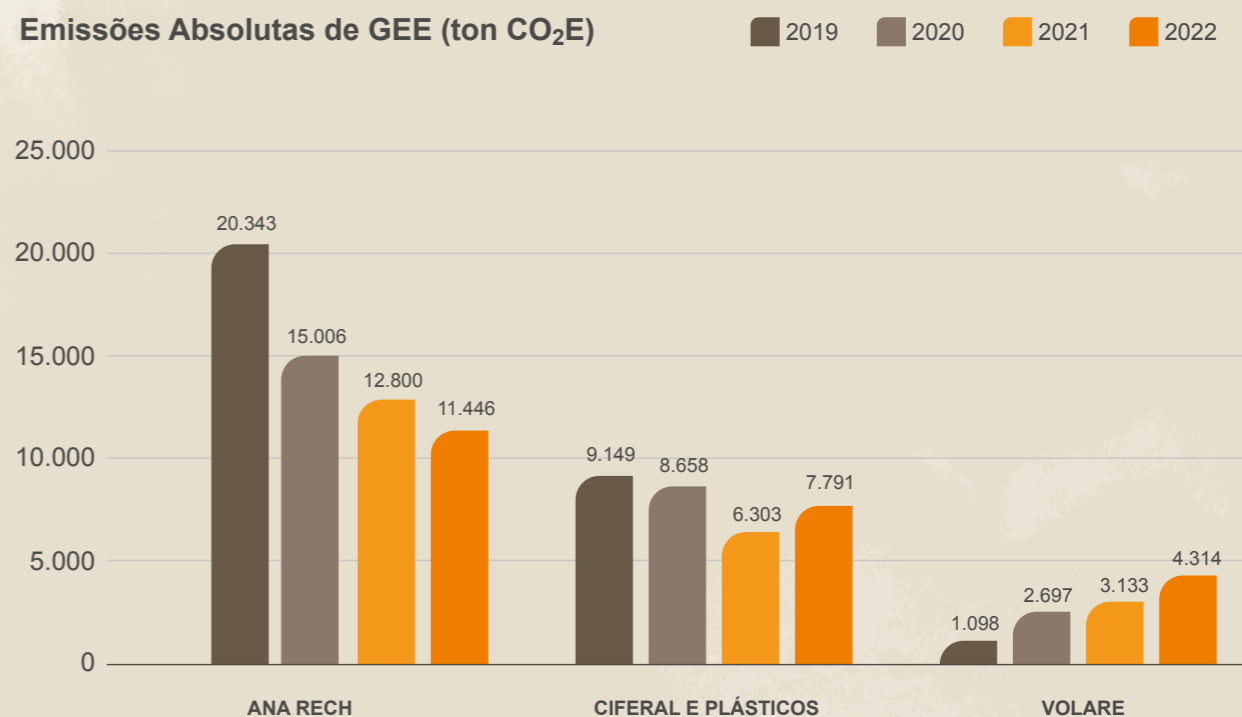
Investimento em Iniciativas de Gestão Ambiental	BRASIL 2022	EXTERIOR 2022
Tratamento e transportes de resíduos		
Tratamento de efluentes		
Análises/monitoramentos (efluentes, resíduos, emissões, fauna, flora, água e solo)	R\$ 7.868.498,26	R\$ 82.668,69
Taxas (impostos, anuidades...)		
Investimentos em Meio Ambiente		

\*Conversão em U\$ dólar de 31.12.2022

## Emissões

Em 2022 foi realizado o inventário de emissões de gases de efeito estufa em todas as plantas do Brasil, sendo comparado com os resultados obtidos em 2019, 2020 e 2021.

O gráfico a seguir mostra os dados da série histórica desde o primeiro inventário, de forma comparativa, para as unidades Marcopolo Brasil.



Verificamos que não houve modificações nos processos produtivos e nas matrizes energéticas utilizadas pela empresa durante o período considerado. Isto corrobora a hipótese de que o aumento de volume de produção, ao possibilitar um maior aproveitamento dos recursos produtivos, também leva a um melhor aproveitamento energético. No caso da Volare São

Mateus, houve um crescimento gradativo do volume de produção decorrente de características específicas do seu ramo de negócio, o qual foi acompanhado do aumento proporcional das emissões. Para o próximo ano, a empresa está avaliando a implementação de um indicador de desempenho que vai correlacionar as emissões com o volume de produção.



## Energia

As unidades da Marcopolo no Brasil fazem parte do Mercado Livre de Energia e, desde 2014, integram o Programa Perfil Sustentável, que contabiliza a quantidade de gases de efeito estufa (GEE), que deixa de ser emitida em virtude da compra de energia renovável no Ambiente de Contratação Livre (ACL).

Desde o início da adesão ao Mercado Livre de Energia até o final de 2022, a Marcopolo já deixou de emitir 38.705 toneladas de CO<sub>2</sub> na atmosfera, o que equivale a 142.434 árvores.

Ao consumir energia de fontes renováveis, a Marcopolo investe em seu futuro e ainda contribui para a preservação do meio ambiente.

**As unidades do exterior utilizam a energia elétrica fornecidas pelas concessionárias locais, o que representa 11,2% do total consumido.**

### ENERGIA CONSUMIDA (GJ)

Brasil	220.927
Exterior	27.825

**A Marcopolo também utiliza outros tipos de energia, sendo 51,7% combustíveis de fontes renováveis e 48,3% combustíveis de fontes não renováveis, conforme mostra a tabela a seguir.**

### COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS

	BRASIL	EXTERIOR
Gás Natural	119.528	25.995
GLP	22.583	11.121
Óleo Diesel	20.403	11.701
Gasolina	-	577
Total	162.514	49.393

### COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS

	BRASIL	EXTERIOR
Biodiesel	-	6.112
Energia Elétrica Renovável	220.927	4
Total	220.927	6.116
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>383.441</b>	<b>55.509</b>

\*Gj: Gigajoules

## Água e Efluentes

A água para consumo humano nas unidades localizadas em Caxias do Sul é proveniente da concessionária local. Na Unidade Ana Rech, parte da água utilizada em processos industriais é obtida de dois poços artesianos, devidamente registrados no Departamento de Recursos Hídricos (DRH). Na Unidade de São Mateus, o abastecimento de água provém unicamente de poço artesiano. Nas unidades do exterior, a água é proveniente das concessionárias locais. Em 2022 o consumo de água total das unidades da Marcopolo foi de 430 megalitros.

### VOLUME TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE (EM MEGALITROS) 2022

	ÁGUAS SUBTERRÂNEAS	ÁGUAS CONCESSIONÁRIAS
Brasil	167	107
Exterior	-	156
<b>Total de água retirada</b>	<b>430</b>	

Todas as unidades da Marcopolo atendem à legislação local referente ao tratamento dos efluentes gerados. Nos casos em que a unidade gera efluente industrial (cabines de pintura à base de água e banhos de tratamento de superfícies metálicas) e não possui sistema de tratamento interno, os efluentes são encaminhados para tratamento externo.



Estação de Tratamento de Efluentes na Superpolo

### VOLUME TOTAL DE ÁGUA DESCARTADA (EM MEGALITROS) 2022

Brasil	116,25
Exterior	15,26
<b>Total</b>	<b>131,51</b>

Para minimizar o impacto do consumo de água, as unidades Marcopolo mantêm sistemas de reaproveitamento no processo de "Teste de Chuva", com baixo nível de perda.

Além disso, nos processos de tratamento de superfícies metálicas existem unidades de recuperação de água (URA) e reuso para as fases de lavagem intermediárias entre os banhos, de forma a aumentar a vida útil antes do envio para a Estação de Tratamento de Efluentes.



# Materiais e Resíduos

## Processo Produtivo

Uma das particularidades do processo de fabricação das carrocerias de ônibus é a necessidade do uso de mais de nove mil itens.

Eles são fabricados a partir dos mais diversos tipos de matéria-prima, que vão desde ligas metálicas aos mais nobres plásticos de engenharia.

Entre estes extremos, estão todos os tipos de revestimentos em tecidos, plásticos, fórmicas, laminados de fibra de vidro, madeira, vidro, borracha, espumas, eletroeletrônicos, tintas, solventes e adesivos. Além disso, a empresa trabalha com alto índice de personalização das carrocerias, o que impacta em níveis significativos de perda de materiais no processo produtivo. Por isto, a empresa utiliza um sistema de coleta seletiva para mais de uma centena de materiais diversos, ou grupo de materiais, exigindo uma grande estrutura para manuseio, armazenamento temporário e destinação final adequada.

Nas unidades de Caxias do Sul, os resíduos sólidos são tratados por um sistema de gerenciamento continuado que contempla uma Unidade de Processamento de Resíduos (UPR). Na UPR são realizadas melhorias na triagem, compactação, pesagem, processamento e encaminhamento para reciclagem de materiais descartados ou o retorno para reuso na empresa ou, ainda, a devolução de itens para os fornecedores.

Em 2022 foi iniciada a construção de novas instalações para a UPR. Isto vai proporcionar mais controle dos materiais descartados, possibilitando maior eficácia com relação aos desperdícios e racionalização dos consumos. O principal objetivo da UPR consiste em agregar valor aos materiais recicláveis, minimizando as perdas do processo e recuperando gastos.

A empresa conta, também, com um Aterro de Resíduos Sólidos Industriais Classe II – Não Perigosos, licenciado para disposição final dos resíduos não recicláveis das unidades caxienses. Os resíduos perigosos são destinados para destruição por meio da técnica de coprocessamento em fornos de clínquer na indústria cimenteira, descontaminação específica ou reciclagem, quando possível.

Em relação às unidades do exterior, são utilizadas as alternativas tecnológicas disponíveis em cada local. Sempre que possível e economicamente viável, é priorizada a destinação com reciclagem, reaproveitamento térmico ou destruição total, evitando a disposição em aterros.

## Reuso e Reciclagem

Em 2022, 76% do total dos resíduos gerados nas operações do Brasil e exterior foram destinados à reciclagem ou reutilização.

Além disso, metas de conformidade de coleta seletiva foram incluídas no programa de participação de resultados das unidades brasileiras (SOMAR), incentivando os colaboradores a segregar corretamente os resíduos na origem, de forma a maximizar a reciclagem.

## Ciclo de Vida

A Marcopolo busca continuamente soluções para reduzir desperdícios, reciclar produtos e garantir maior eficiência nos processos, contribuindo para o bem-estar de colaboradores e das comunidades onde as fábricas estão inseridas.

Os ciclos de vida dos produtos e dos materiais são levados em consideração para influenciar a tomada de decisão.

Os resultados referentes à destinação final das sobras dos materiais do processo produtivo no decorrer de 2022 são os seguintes:

### PERCENTUAL DE RESÍDUOS DESTINADOS (%) (MÉDIA)

	BRASIL	EXTERIOR
Reciclagem Externa	62,20%	59,33%
Aterro	7,26%	1,96%
Descontaminação	3,67%	22,65%
Compostagem	1,82%	0,29%
Reciclagem para uso interno	0,44%	3,26%
Autoclave	0,62%	-
Incineração	0,01%	-
Reaproveitamento Energético	-	0,62%
Aterro Classe II	12,50%	-
Aterro Classe I	7,50%	-
Reaproveitamento Externo	1,50%	-
Tratamento Externo	0,85%	-
Reciclagem Externa	1,50%	-

### DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS GERADOS (Toneladas)

RESÍDUOS PERIGOSOS	BRASIL	EXTERIOR
Reciclagem Externa	372	46
Reciclagem Interna	128	0
Coprocessamento	686	78
Descontaminação	380	23
Incineração	0	53
Autoclave	1	0
Aterro	234	18
Célula de Segurança	0	199
Confinamento	0	7
Tratamento Físico Químico	0	0
<b>Total</b>	<b>1.800</b>	<b>424</b>

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	BRASIL	EXTERIOR
Reciclagem Externa	15.520	483.563
Reciclagem Interna	55	1
Coprocessamento	1.333	0
Compostagem	67	482
Aterro	2.252	1.050
Reaproveitamento Externo	1.880	0
Tratamento de Efluentes	243	0
Descontaminação	0	20
Aterro Sanitário	0	100.210
<b>Total</b>	<b>21.349</b>	<b>585.326</b>



## ÍNDICE

### CONTEÚDOS GRI

GRI	DESCRIÇÃO	PÁGINA OU INFORMAÇÃO
102-1	Nome da organização	Marcopolo S.A.
102-2	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	11 a 13, 16, 66 a 71
102-3	Localização da sede	11 a 13, 66 a 71
102-4	Número de países em que a organização opera	14, 40 e 41
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade	10 e 11
102-6	Mercados atendidos	11 a 14
102-7	Porte da organização	10 e 11
102-8	Perfil de empregados e outros trabalhadores	44
102-9	Descrição da cadeia de fornecedores da companhia	57
102-10	Principais mudanças na estrutura da companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto	33
102-13	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/ internacionais de defesa	28 a 29
102-14	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	6 a 7
102-15	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	22
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	10, 24 a 27
102-17	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (ex.: ouvidoria)	24 a 27
102-18	Estrutura de governança, incluindo comitês	19 a 21
102-21	Cosulta a <i>Stakeholders</i> sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	5
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	19 a 21
102-23	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo	Não se aplica
102-25	Processos utilizados pelo mais alto órgão de governança para prevenir e gerenciar conflitos de interesse	24 a 27
102-35	Políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governança e a executivos	22
102-36	Processo adotado para a determinação da remuneração	22

## ÍNDICE

### CONTEÚDOS GRI

102-40	Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	54 a 61
102-41	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	41
102-43	Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento	54 a 61
102-45	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	5, 34 a 41
102-46	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	5.
102-47	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	5
102-48	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Não houve.
102-49	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere à lista de tópicos materiais, limite dos tópicos abordados	Não houve mudança em relação aos tópicos materiais.
102-50	Período coberto pelo relatório	2022
102-52	Ciclo de emissão dos relatórios	Anual
102-53	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	75
102-54	Premissas de relato de acordo com os Standards GRI	Essencial
102-55	Sumário de Conteúdo GRI	72 a 74
102-56	Verificação externa	Não
103-1	Explicação dos temas materiais e seus limites	5
103-2	Gestão sobre o tema material	5, 30 a 41, 44, 48 a 51, 70 e 71
103-3	Evolução da gestão	5, 30 a 41, 44, 48 a 51, 70 e 71
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	15
204-1	Proporção de gastos de fornecedores locais	57
205-2	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	24 a 27
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não houve
301-1	Materiais usados por peso ou volume	70 e 71
301-2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	70 e 71
302-1	Consumo de energia dentro da organização	68



# ÍNDICE

## CONTEÚDOS GRI

302-3	Intensidade energética	68
303-1	Interações com a água como recurso compartilhado	69
303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	69
303-3	Discriminação da retirada total de água por tipo de fonte, inclusive de áreas sob estresse hídrico	69
303-4	Discriminação do descarte total de água por tipo de fonte, inclusive de áreas sob estresse hídrico	69
303-5	Consumo total de água	69
305-1	Emissões diretas de Gases de Efeito Estufa (GEE)	67
305-2	Emissões indiretas de Gases de Efeito Estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	67
305-4	Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	67
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados à resíduos	70 e 71
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados à resíduos	70 e 71
306-3	Resíduos gerados	70 e 71
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	70 e 71
306-5	Resíduos destinados para disposição final	70 e 71
307-1	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e/ou regulamentos ambientais	Não ouve
401-1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	44
401-2	Benefícios oferecidos aos empregados em tempo integral	46 e 47
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança ocupacionais implementado	48 a 51
403-2	Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	48 a 51
403-4	Participação, consulta e comunicação dos trabalhadores em saúde e segurança ocupacionais	48 a 51
403-5	Treinamento de trabalhadores em saúde e segurança ocupacionais	48 a 51
403-6	Promoção da saúde dos trabalhadores	48 a 51
403-8	Trabalhadores cobertos pelo sistema de gestão de saúde e segurança ocupacionais	48 a 51
403-9	Número e taxa de mortes e lesões relacionadas ao trabalho	48 a 51
403-10	Número e taxa de mortes e problemas de saúde relacionados ao trabalho	48 a 51
404-1	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	45
405-1	Diversidade e equidade	44
413-1	Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e/ou desenvolvimento local	54 a 61
418-1	Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes	27

# CRÉDITOS

## RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE MARCOPOLO 2022

### PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

James E. Bellini

### DIRETOR PRESIDENTE (CEO)

André V. Armaganijan

### REALIZAÇÃO

Comitê de Sustentabilidade  
Departamento de Comunicação e Engajamento  
Departamento de Eng<sup>a</sup> Ambiental e Central de Normas  
Departamento de Marketing  
Departamento de Relações com Investidores

### PROJETO GRÁFICO

Cyclop Agência de Comunicação

### FOTOGRAFIA

Arquivo Comunicação Interna,  
Marketing Marcopolo Brasil e Fundação Marcopolo,  
Arquivos Marcopolo South África (MASA),  
Marcopolo Argentina (METALSUR),  
Marcopolo Austrália (VOLGREN),  
Marcopolo China (MAC),  
Marcopolo México (POLOMEX),  
Marcopolo Colômbia (SUPERPOLO), e  
DC Multimídia

### CONTATO

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

### AGRADECIMENTOS

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

Esta publicação é de responsabilidade da Marcopolo S/A



[marcopolo.com.br](http://marcopolo.com.br)