

CODIGO DE CONDUTA MARCOPOLO

MENSAGEM

Apresentamos a terceira edição, revista e atualizada, do novo Código de Conduta da Marcopolo, aprovada pelo Comitê de Recursos Humanos e Ética e pelo Conselho de Administração.

Este Código tem como objetivo orientar os colaboradores e os diversos públicos que interagem com a Marcopolo em suas atividades no dia a dia da empresa, na tomada de decisões, em seus relacionamentos e comportamentos.

Esta nova versão também contempla as orientações da empresa em relação aos padrões de integridade, estabelecidos no Programa de *Compliance* da Marcopolo e a adequação à legislação pertinente a que está sujeita tanto no Brasil quanto nas suas unidades no exterior.

Estamos certos que cada um de nossos colaboradores e parceiros de negócio colocará em prática os padrões de Conduta e Integridade da Marcopolo, zelando sempre pelos seus valores e diretrizes.

O Código de Conduta da Marcopolo está respaldado em princípios claros de boa Governança e se pauta em práticas que sejam do conhecimento de todos.

Leia com atenção e, em caso de dúvida, contate com a área de Recursos Humanos de sua unidade ou os canais de ouvidoria indicados nas últimas páginas.

Comitê de Recursos Humanos e Ética / Direção Geral

INTRODUÇÃO

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, em todos os níveis e sem exceção. Este Código também deve servir de referência para os parceiros de negócio, como fornecedores, prestadores de serviço, representantes de vendas, concessionários e distribuidores, dentre outros.

Este documento também fornece diretrizes sobre o atendimento da Política Global de Integridade (*Compliance*), que envolve todas as leis e regulamentações aplicáveis contra suborno e corrupção.

Porém, entende-se que eventualmente possam surgir situações éticas que não estão contempladas neste código. Por isto, em caso de dúvidas de interpretação ou situações não previstas neste manual, busque orientação e suporte das áreas responsáveis pelos assuntos de conduta e integridade.

INDICE

Visão e Valores

Valores da Marcopolo

Relações com colaboradores

Responsabilidades dos gestores

Relações com parceiros de negócios

Relações com empresas controladas e coligadas

Relações com investidores

Relações com o meio-ambiente

Relações com as comunidades

Relações com clientes

Relações com concorrentes

Relações com imprensa e divulgação de informações

Relações com entidades sem fins lucrativos

Atividades políticas

Relações com governos e órgãos públicos

Doações, contribuições e patrocínios

Prevenção à lavagem de dinheiro e combate à corrupção

Comitês de Conduta

Programa de *Compliance*

Canais de comunicação

Ações disciplinares

Glossário

VISÃO E VALORES

Os padrões de conduta estão fortemente associados à Visão e aos Valores definidos pela empresa. A Visão e os Valores da Marcopolo foram recentemente revisados de forma colaborativa pelos colaboradores, gestores e representantes das demais partes interessadas. Esses Valores são fundamentais para o sucesso dos negócios da Marcopolo e têm como base o respeito e a valorização das pessoas.

VISÃO DA MARCOPOLO

Ser relevante em seus negócios, atuando para prover soluções de mobilidade de forma sustentável.

VALORES DA MARCOPOLO

Fazemos acontecer com excelência, garantindo a satisfação dos nossos clientes, agindo de forma ética e íntegra assegurando a sustentabilidade da nossa empresa, com ênfase na solidez econômico-financeira, por meio do trabalho em equipe, respeitando e valorizando as pessoas.

Respeito e Valorização das pessoas

Tratamos as pessoas como gostamos de ser tratados.

A maior riqueza da Marcopolo está nas pessoas. Baseados no respeito e na comunicação transparente, construímos e mantemos relacionamentos que valorizam a diversidade, a inclusão e a contribuição de todos.

Satisfação dos Clientes

O comprometimento com o que fazemos nos move em direção à satisfação dos nossos clientes.

A busca pela satisfação dos clientes é o que nos motiva a estar em contínua melhoria para desenvolver, com inovação e tecnologia, soluções de mobilidade que geram valor para os clientes com benefícios e lucratividade mútuos. Confiança, proximidade e respeito são os pilares sobre os quais construímos esse valor.

Fazer Acontecer com Excelência

Fazer acontecer com excelência é o que nos diferencia.

Fazer acontecer é parte essencial da filosofia de trabalho da Marcopolo e refere-se à participação e contribuição de cada profissional em desenvolver suas atividades de acordo com o Marcopolo Way, garantindo a segurança, a qualidade, a redução de custos e a eficiência, buscando a melhoria contínua e mantendo a flexibilidade característica da nossa empresa.

Ética e Integridade

Nossas ações são reflexos das nossas palavras.

Prezamos pela construção de relações profissionais respeitadas e baseadas em ética e integridade, não tolerando qualquer tipo de assédio, discriminação, favorecimento ou prática ilegal. O exercício diário do diálogo e da transparência é um aliado das diretrizes presentes em nosso Código de Conduta para evitar e solucionar conflitos de interesses.

Sustentabilidade

Ser sustentável é manter a empresa sólida no presente, pensando no seu futuro.

A sustentabilidade, com ênfase na solidez econômico-financeira, é fundamental para perpetuar a empresa, pois permite o desenvolvimento dos negócios, a realização de investimentos voltados à preservação ambiental e o desenvolvimento das comunidades onde estamos inseridos.

Trabalho em Equipe

Trabalhar em equipe é confiar, é se colocar no lugar do outro. Em equipe realizamos muito mais.

O trabalho em equipe prioriza o interesse coletivo e a soma de esforços para superar metas e desafios. Estimula a troca de conhecimentos e permite o desenvolvimento pessoal e profissional. O trabalho em equipe abrange nossos colaboradores, clientes, acionistas, parceiros, fornecedores, representantes, concessionários e distribuidores.

RESPONSABILIDADE DOS GESTORES

Compete aos Conselheiros, Diretores, Gerentes, Coordenadores, Supervisores e demais empregados com atribuição de gestão na Marcopolo, bem como seus representantes institucionais, no exercício de suas atividades:

- Liderar através do exemplo, adotando atitudes e comportamentos coerentes aos Valores Marcopolo;

- Promover e comprometer-se com uma conduta ética, incluindo o tratamento isento em situações que caracterizem conflitos de interesses de relacionamento pessoal e profissional, sejam efetivos ou potenciais;
- Tomar todas as medidas cabíveis para proteger a confidencialidade de informações restritas sobre a Empresa, tanto de natureza mercadológica, tecnológica e aquelas que envolvam valores mobiliários;
- Evitar conflitos de interesses, comunicando ao Comitê de Conduta e/ou ao *Compliance Officer* qualquer relacionamento ou transação que possa presumir a existência potencial de situações dessa natureza ou qualquer violação às diretrizes deste Código;
- Apoiar e zelar pelo cumprimento de todas as regras e procedimentos de integridade da organização; e
- Assegurar a observância deste Código de Conduta e transmitir o seu conteúdo aos colaboradores de sua equipe.

RELAÇÕES COM COLABORADORES

O relacionamento entre a Marcopolo e os Colaboradores deve estar respaldado no senso de justiça, motivação, respeito mútuo e na valorização do ser humano, na transparência e no compartilhamento de responsabilidades.

A Empresa deve oferecer as mesmas oportunidades de crescimento para todos os colaboradores, rejeitando qualquer atitude de discriminação. A contratação e/ou promoção de profissionais deve seguir os procedimentos definidos na Política de Recursos Humanos. Nenhuma decisão que afete a carreira de um ou mais colaboradores pode ser tomada em função de preferências, vínculos pessoais ou interesses alheios a Marcopolo.

Não é permitida a relação chefe-subordinado entre pessoas com laços familiares. Também não é permitido que pessoas com laços familiares atuem na mesma área de trabalho, mesmo sem subordinação entre si. (Veja no glossário a definição de área de trabalho, laços familiares e nível de subordinação).

A empresa não admite qualquer forma de assédio moral ou sexual contra nenhum colaborador. O assédio moral é caracterizado por abuso de poder, desqualificando, menosprezando ou humilhando o outro. O assédio sexual é caracterizado por alguém que faz proposta de caráter sexual a outra pessoa, negando-lhe a possibilidade de recusar pelo uso da intimidação, chantagem ou outros meios de coação.

Instalações, equipamentos, máquinas, materiais e informações de propriedade da Marcopolo devem ser utilizados pelos colaboradores apenas para fins de trabalho, de acordo com as normas da empresa. Os colaboradores deverão solicitar permissão por escrito antes de utilizar esses bens em projetos ou propósitos alheios aos da empresa ou para fins particulares.

A venda ou doação de bens da empresa em desuso para colaboradores somente poderá ocorrer mediante aprovação da área responsável pelo bem e pelo Comitê Central de Conduta (no Brasil) ou pelos Comitês Locais de Conduta (para unidades do exterior).

Todos os arquivos e informações criados, recebidos ou armazenados nos computadores e servidores da Marcopolo, incluindo dispositivos móveis, são considerados propriedade da empresa. Por este motivo, a Marcopolo poderá monitorar qualquer informação transmitida ou armazenada nesses locais. O uso adequado dos recursos computacionais da Marcopolo está detalhado na Política de Segurança da Informação.

Os gestores, representantes e colaboradores da Marcopolo não devem oferecer, aceitar, solicitar ou prometer vantagens econômicas de qualquer natureza que possam ser correlacionadas com qualquer tipo de negociação no contexto da Marcopolo, exceto objetos de pequeno valor classificados como brindes, ou seja, devem ser esporádicos e não podem ser luxuosos ou extravagantes, obedecendo aos critérios estabelecidos na política de integridade da Marcopolo.

RELAÇÕES COM PARCEIROS DE NEGÓCIOS

Os parceiros de negócios, caracterizados principalmente pelos Fornecedores, Prestadores de Serviço, Montadoras, Representantes Comerciais, Instituições Financeiras, Concessionários, Distribuidores e Revendedores têm um papel importante e estratégico para a Marcopolo. Devem ser construídos relacionamentos de longo prazo, com regras claras, baseados em confiança e comprometimento recíprocos, através do aprendizado e de experiências compartilhadas, estimulando práticas que resultem em sucesso conjunto.

Os parceiros de negócios da Marcopolo devem ter seus direitos respeitados e preservados, bem como cumprir com as obrigações contratuais estabelecidas de comum acordo entre as partes envolvidas.

Nenhum integrante dos quadros profissionais de parceiros de negócios poderá pertencer ao quadro profissional da Marcopolo, independentemente de nível ou área de atuação.

Não é admitido o fornecimento de produtos ou serviços por empresa(s) cujo(s) profissional (ais), sócio(os) ou representante(s) tenha(m) laços familiares com gestor(es) da Marcopolo que atue(m) em área usuária ou contratante, ou que esteja(m) em posição que possa influenciar diretamente a tomada de decisões.

Da mesma forma, não é admitida a venda de produtos ou serviços para distribuidores, concessionários e/ou revendedores, cujo(s) profissional (ais) ou sócio(os), tenham laços familiares com gestor(es) da empresa.

RELAÇÕES COM EMPRESAS CONTROLADAS E COLIGADAS

As empresas Controladas e Coligadas da Marcopolo são consideradas como parceiros estratégicos do negócio, sendo estimulados relacionamentos de respeito e confiança entre todas as partes envolvidas.

Nas relações da Marcopolo com empresas Controladas e Coligadas deverão ser observadas todas as legislações aplicáveis, sejam elas brasileiras ou do país onde está localizada a empresa parceira.

O Marcopolo Way, que reúne as melhores práticas dos nove principais sistemas da empresa, deve ser implementado nas Controladas e Coligadas respeitando a legislação local. A responsabilidade de implementação é do gestor da controlada e/ou Coligada. Os gestores de Recursos Humanos locais devem apoiar esse processo, se necessário com o suporte das áreas correlatas da Marcopolo Brasil.

O Código de Conduta deverá ser implementado e aplicado nas empresas e unidades controladas da Marcopolo, observando-se a viabilidade e as características da cultura local. No caso de empresas coligadas, deverão ser feitos esforços para que Códigos de Conduta semelhantes ao da Marcopolo ou da empresa parceira sejam implementados.

A Marcopolo, em conformidade com preceitos da legislação brasileira a que está sujeita, estenderá às empresas Controladas e Coligadas os dispositivos legais aplicáveis.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

O relacionamento com investidores deve ser pautado pela transparência e confiabilidade nas informações, através de comunicação clara, ágil e objetiva. Informações sobre negócios, resultados financeiros, mercado e outros, somente devem ser fornecidas por pessoas autorizadas, de acordo com a Política de Divulgação de Informações da Marcopolo e regulamentações específicas da Comissão de Valores Mobiliários - CVM.

Não é permitido aos colaboradores aconselhar a compra ou venda de ações, ou utilizar informações que não sejam de domínio público para, de alguma forma, influenciar, positiva ou negativamente, a cotação das ações em mercado.

RELAÇÕES COM O MEIO AMBIENTE

As atitudes em relação ao meio-ambiente têm como prioridade o respeito pela natureza, a prevenção e a redução dos impactos ambientais, através de ações e do comprometimento das pessoas, da melhoria dos processos e da aplicação de tecnologias adequadas, voltadas ao desenvolvimento sustentável.

RELAÇÕES COM COMUNIDADES

A Marcopolo tem o compromisso de contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde está inserida. As empresas Controladas e Coligadas são orientadas a identificar oportunidades para o exercício da responsabilidade social corporativa junto às suas comunidades, alinhadas com o valor Sustentabilidade.

No Brasil, a responsabilidade social da Marcopolo e dos colaboradores é exercida por meio da Fundação Marcopolo, em cuja missão se insere o desenvolvimento social de crianças e adolescentes das comunidades onde a empresa está presente.

Não devem ser adotadas práticas comunitárias que venham beneficiar interesses pessoais de gestores ou colaboradores da Marcopolo ou de políticos, em detrimento aos interesses institucionais ou que não estejam rigorosamente dentro dos princípios legais.

RELAÇÕES COM CLIENTES

A satisfação dos Clientes é a razão do sucesso da Marcopolo. Esforços devem ser direcionados para identificar o que é percebido como valor pelos Clientes, estabelecendo ações capazes de transformar tais valores em realidades lucrativas recíprocas, respaldadas em relacionamentos seguros e de longo prazo.

Os colaboradores, de qualquer nível hierárquico, se forem abordados, tem a liberdade de falar com Clientes. Entretanto, as informações relativas ao Cliente deverão ser encaminhadas à área responsável para atendimento.

A presteza e a agilidade de resposta ao Cliente são fundamentais para a imagem da Marcopolo, sendo obrigação dos colaboradores responder a todas as dúvidas do cliente e esclarecer, com transparência e respeito, às políticas da empresa.

Não é admitida a venda de produtos ou serviços da Marcopolo para Clientes que tenham laços familiares com gestor da empresa que esteja em posição que possa influenciar diretamente a tomada de decisões.

RELAÇÕES COM CONCORRENTES

O relacionamento da Marcopolo com os concorrentes deve ser de respeito. A concorrência deve ser encarada como saudável e fonte de referência para novos desafios, promovendo o aperfeiçoamento e a inovação contínua.

Fora dos ambientes de Associações de Classe, não é permitido tratar com pessoas ligadas à concorrência sobre temas de qualquer natureza que possam afetar os interesses da Marcopolo.

A Marcopolo não entrará em acordos formais ou informais com seus concorrentes para a manipulação de preços, participação em concorrências públicas ou alocação de produtos. No

relacionamento com concorrentes, serão observadas todas as leis antitruste e demais leis que protejam a livre concorrência.

Os profissionais da Marcopolo não devem obter ou usar informações confidenciais de concorrentes que não tenham sido disponibilizadas ao domínio público. Da mesma forma, é proibida a transmissão de qualquer informação da empresa aos concorrentes.

RELAÇÕES COM IMPRENSA E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

O relacionamento da Marcopolo com a imprensa deve ter o compromisso de disponibilizar informações consistentes e transparentes, respeitando os princípios éticos, a legislação vigente e as regulamentações específicas da Comissão de Valores Mobiliários – CVM.

Declarações ao público e à imprensa em geral somente devem ser feitas pelas pessoas expressamente autorizadas pela empresa.

Os colaboradores da Marcopolo, em qualquer nível hierárquico, não deverão utilizar informações confidenciais e/ou privilegiadas que possam influenciar decisões de investimento ou gerar vantagens indevidas. Tais informações não devem ser divulgadas a terceiros, mesmo que sejam familiares ou amigos próximos.

Qualquer divulgação de informações que envolvam atos e fatos relevantes, bem como a manutenção de sigilo acerca de informações não divulgadas, deve seguir o disposto na Política de Divulgação de Informações da Marcopolo.

RELAÇÕES COM ENTIDADES SEM FINS LUCRATIVOS

O relacionamento da Marcopolo com entidades sem fins lucrativos deve ser pautado pelo profissionalismo, zelando pelos interesses e compromissos da Empresa de forma respeitosa e legal.

A Marcopolo deve respeitar o direito de seus colaboradores de se associar livremente a essas entidades, assegurando que não haja qualquer tipo de discriminação. A conduta dos colaboradores que representam a empresa junto a essas entidades deve seguir rigorosamente os princípios definidos neste código.

ATIVIDADES POLÍTICAS

A empresa pode ir a público para manifestar posição sobre temas de seu interesse, representada por seus gestores para este fim designados, podendo ainda, apoiar posições de Entidades de Classe que a representem.

Não deve haver restrição às atividades político-partidárias dos empregados, mas estes deverão sempre agir em caráter pessoal e de forma a não interferir em suas responsabilidades profissionais.

Tais atividades não devem ocorrer no ambiente de trabalho, nem envolver recursos, materiais ou equipamentos da empresa. Os empregados tampouco devem usar uniformes ou outra identificação da empresa quando no exercício de atividades políticas.

Todos os colaboradores, inclusive terceiros que representem ou venham a representar a Marcopolo nestas atividades, deverão, de igual forma, observar este Código de Conduta, bem como as demais políticas da empresa e leis aplicáveis.

RELAÇÕES COM GOVERNOS E ÓRGÃOS PÚBLICOS

O relacionamento da Marcopolo com autoridades, agentes públicos e políticos deve ser pautado pelo respeito à legislação aplicável e aos princípios éticos estabelecidos neste Código.

Os profissionais que representam a Marcopolo no relacionamento com estas instituições não devem oferecer, aceitar, solicitar ou prometer presentes ou vantagens econômicas de qualquer natureza, em contrapartida a benefícios indevidos, particulares ou para a empresa.

Os contratos e licitações feitos com o Poder Público devem seguir a legislação aplicável e as diretrizes deste Código de Conduta.

Qualquer relacionamento ou transação que possa presumir a existência potencial de situações de conflito de interesse deve ser imediatamente reportado à direção da empresa ou ao Comitê de Conduta ou *Compliance Officer*.

DOAÇÕES, CONTRIBUIÇÕES E PATROCÍNIOS

A Marcopolo poderá realizar doações, contribuições e patrocínios para instituições públicas ou privadas, destinadas ao apoio de projetos e eventos que estejam alinhados com os valores e objetivos da empresa. É vedado apoio sob qualquer título para candidatos a cargos eletivos no País, ou a partidos políticos.

Tais doações, contribuições e patrocínios devem ser feitas de forma transparente, com base num contrato escrito, com finalidade legal, adequada à compensação oferecida e estar em total acordo com a legislação aplicável.

Não é permitido oferecer, aceitar, solicitar ou prometer presentes ou vantagens econômicas de qualquer natureza, em contrapartida a benefícios particulares ou que não sejam compatíveis com os Valores da empresa ou que possam prejudicar a sua reputação.

A Marcopolo não realiza doações, contribuições e patrocínios a candidatos ou partidos políticos.

Qualquer situação que gere dúvida sobre sua correção ou integridade deve ser submetida à apreciação do *Compliance Officer* para verificação antes de ser colocada em prática.

PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO E COMBATE À CORRUPÇÃO

A Marcopolo está comprometida em seguir os preceitos das legislações anticorrupção e de combate à lavagem de dinheiro nos mercados em que atua, promovendo uma cultura de transparência e combate à corrupção. Para isto, não devem ser toleradas quaisquer transações financeiras incomuns que possam dar margem a práticas corruptivas, de lavagem de dinheiro ou que de qualquer forma atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro.

Desta forma, por meio do investimento em programas e ferramentas de integridade, entre eles a aplicação de treinamentos em práticas de respeito à lei, a Marcopolo busca assegurar o cumprimento dos preceitos legais atinentes.

COMITÊS DE CONDUTA

Os Comitês de Conduta têm a responsabilidade de zelar e atualizar este Código, promover a divulgação e disseminar padrões de conduta adequados para a Marcopolo. Também são responsáveis por orientar os interessados no caso de dúvidas quanto à aplicação deste Código, assim como pela apuração e tomada de decisão quando verificados casos de violação dos princípios estabelecidos.

No caso dos Comitês se defrontarem com situações que possam gerar desconfortos ou constrangimentos para julgamento, devem ser submetidas ao Comitê de Recursos Humanos e Ética e, persistindo o impasse, pode-se alternativamente buscar apoio de árbitro externo, com isenção e independência, para emissão de parecer que ajude na solução.

Para que sua atuação seja efetiva, os Comitês de Conduta devem atuar em três instâncias:

a) Comitê de Recursos Humanos e Ética

É a instância máxima de aplicação e avaliação de situações conflitantes ao Código de Conduta relacionadas com posições de Diretoria, como também em casos que extrapolem as competências do Comitê Central. Este Comitê é eleito a cada dois anos e se reporta ao Conselho de Administração da empresa. Outros colaboradores podem ser convidados para participar deste Comitê, conforme a necessidade.

b) Comitê Central de Conduta

Tem como função principal coordenar a adoção das diretrizes do Código de Conduta por todos que fazem parte do contexto Marcopolo na cidade de Caxias do Sul, RS, Brasil. Também coordena a implementação e adoção do Código de Conduta nas unidades controladas fora da referida cidade. Reporta-se diretamente ao Comitê de Recursos Humanos e Ética.

Tem a seguinte composição básica: Diretor/Gerente de Recursos Humanos; Diretor de Relações com Investidores; Diretor de Controladoria e Finanças; Diretor Industrial; e Assessor Jurídico. Outros

membros poderão ser extraordinariamente indicados pelo Comitê de Recursos Humanos e Ética para integrar o Comitê Central de Conduta.

Outros colaboradores podem ser convidados para participar do Comitê Central de Conduta, conforme necessidade. Não é permitida a participação de qualquer pessoa cuja situação de julgamento lhe diga respeito, direta ou indiretamente.

c) Comitê Local de Conduta

Tem como função implementar as diretrizes do Código de Conduta em operações localizadas fora de Caxias do Sul, RS, Brasil, reportando-se diretamente ao Comitê Central de Conduta. Comitês Locais de Conduta devem ser formados nas unidades controladas onde o Código de Conduta for implementado.

Tem a seguinte composição básica: titular da unidade; titulares das seguintes áreas locais: Recursos Humanos; Industrial; Administrativo-Financeiro; Jurídico (quando houver no quadro funcional).

Outros colaboradores podem ser convidados para participar do Comitê Local, conforme necessidade. Não é permitida a participação de qualquer pessoa cuja situação de julgamento lhe diga respeito, direta ou indiretamente.

PROGRAMA DE COMPLIANCE

O Programa de *Compliance* está estabelecido para contribuir no atendimento das diretrizes do Código de Conduta e dos padrões de integridade da organização. Todos os colaboradores têm o dever de seguir as regras, processos e controles para manter a efetividade desse sistema.

É proibido conceder ou oferecer propina, suborno, pagamento de facilitação ou qualquer outro benefício que se configure em vantagem indevida, seja diretamente ou por meio de terceiros. Também é proibido qualquer tipo de fraude, divulgação de informações falsas, formação de cartel e engajamento em atividades ilícitas, tais como lavagem de dinheiro, concorrência desleal e descumprimento das leis e códigos vigentes.

A Marcopolo procura detectar e conter violações éticas e condutas inadequadas ou ilegais em seu ambiente. É importante que todos os colaboradores cooperem com os esforços e forneçam informações verdadeiras quando solicitados a tal. Em caso de obstrução ou omissão na apuração das possíveis violações, ações disciplinares serão aplicáveis, em conformidade com o que rege este Código e a Política Global de Integridade, bem como a legislação específica ou em vigor.

As denúncias de situações em desacordo com as diretrizes de conduta da empresa são tratadas com confidencialidade. Nos casos em que o denunciante tenha se identificado, são proibidas retaliações de qualquer natureza.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO (OUVIDORIA INTERNA E EXTERNA)

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 objetivo é facilitar o cumprimento e a efetividade do Código de Conduta e do Programa de *Compliance*. Para isto poderão ser utilizados os seguintes canais de ouvidoria interna e externa:

Canal Livre (acesso pela página corporativa da Intranet): Para enviar 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.

Contato Seguro (acesso pela página corporativa da Intranet ou pelo site www.contatoseguro.com.br ou pelo telefone **0800-6018690**): Canal exclusivo para denúncias sobre alguma violação às leis, aos valores e ao Código de Conduta da empresa, como por exemplo: fraude, assédio, discriminação, desvio de recursos. Funciona 24h, sete dias por semana, e é atendido por uma empresa terceirizada, desvinculada da Marcopolo, assegurando a imparcialidade, segurança e com total compromisso com o sigilo do denunciante e a confidencialidade no trato da denúncia.

Declaração de Conduta (Folha anexa ao Código de Conduta): Para esclarecer dúvidas ou solicitar orientação individual sobre situações pessoais que possam estar em conflito com as diretrizes do Código de Conduta ou para informar outras situações com potencial conflito.

Compliance Officer (pelo e-mail compliance@marcopolo.com.br): Exclusivamente para contatos para esclarecimento de dúvidas por meio interno.

AÇÕES DISCIPLINARES

A Marcopolo não tolera violações de cunho ético e condutas que estejam em desacordo com as diretrizes deste Código. A empresa encoraja a iniciativa de comunicar voluntariamente o envolvimento em uma violação, sendo esta atitude levada em consideração no momento de determinar eventual ação disciplinar adequada. Os Comitês de Conduta têm a autoridade para definir a aplicação de ações disciplinares de acordo com sua gravidade, utilizando como referência:

casos leves: advertência verbal;

casos moderados: advertência escrita;

casos graves: suspensão disciplinar ao trabalho e até demissão por justa causa (artigo 482 da Consolidação das Leis do Trabalho).

As penas aplicadas pela empresa não dispensam nem substituem eventuais penalidades legais, por infrações a normas ou regulamentos de órgãos ou entidades com as quais a Marcopolo se relaciona.

Todo colaborador sujeito a uma ação disciplinar deverá ser submetido a treinamentos específicos, de acordo com a gravidade do caso.

GLOSSÁRIO

Área de Trabalho: Caracteriza-se por compartilhar do mesmo gestor (superior imediato), ou mesmo local físico ou mesmo turno de trabalho.

Colaborador: Todo empregado das empresas Marcopolo em qualquer país (controladas e coligadas).

Coligadas: São as sociedades nas quais a Marcopolo tem influência significativa, porém sem exercer o controle.

Controladas: São as sociedades nas quais a Marcopolo possui direitos de sócio que lhe assegurem, de modo permanente, a preponderância das deliberações sociais e o poder de eleição dos administradores.

Compliance Officer: Profissional responsável por conhecer e disseminar os princípios e diretrizes do Programa de *Compliance* da empresa aos públicos pertinentes, implementar e coordenar controles em processos garantindo o cumprimento das políticas e normas de integridade.

Conflito de Interesse: Toda e qualquer prática ou ato que seja, ou possa ser considerado incorreto, ilegal, imoral, injusto ou que se sobreponha aos interesses da empresa e da comunidade. Por exemplo: realizar atividade remunerada que possa prejudicar o desempenho profissional ou que represente competição à empresa. Ou tomar decisão que possa configurar interesse pessoal em detrimento do interesse da empresa.

CVM: Comissão de Valores Mobiliários.

Ética: Diretrizes pessoais e sociais de boa conduta que se aplicam a indivíduos, grupos ou organizações.

Entidades sem Fins Lucrativos: Governos, Entidades de Classe, Sindicatos, Instituições Religiosas, Organizações Não Governamentais (ONG's), Fundações e outras instituições.

Gestores: Conselheiros, Diretores, Gerentes, Coordenadores, Supervisores e demais empregados com atribuição de gestão na empresa.

Governança: Refere-se à relação entre a empresa, os acionistas, os demais *stakeholders* (partes interessadas), os mecanismos e os princípios que governam o processo decisório da gestão na empresa.

Investidores: Acionistas e/ou pessoas com intenção de compra no mercado de ações.

Laços familiares: É a relação existente entre avós, pais, filhos, netos, irmãos, cônjuges, companheiros, genros, noras, cunhados, sogros, ou outros casos que sejam caracterizados como dependência econômica.

Lavagem de dinheiro: Refere-se a práticas econômico-financeiras que têm por finalidade dissimular ou esconder a origem ilícita de determinados ativos financeiros ou bens patrimoniais, de forma a que tais ativos aparentem uma origem legal ou a que, pelo menos, a origem ilícita seja difícil de demonstrar ou provar.

Nível de subordinação para a relação chefe – subordinado: Não é permitido até o 3º nível hierárquico superior.

Parceiros: Fornecedores, prestadores de serviços, montadoras, representantes comerciais, concessionários, instituições financeiras, distribuidores e revendedores.

Política Global de Integridade (Compliance): Medidas e regras necessárias para garantir a observância e o cumprimento da legislação aplicável e das políticas estabelecidas pela empresa.