



Motorysa

Informe de Gestión Sostenible 2025

**Global Reporting Initiative - GRI
Sustainability Accounting Standards Board - SASB**

Motores y Máquinas S.A. BIC

Motorysa

Motorysa es una empresa comprometida en construir relaciones confiables que aportan a la movilidad sostenible.

¡Un propósito que nos mueve!





Mercedes-Benz

Contenido

1. Mensaje del Representante Legal.	4
2. Sobre este informe.	6
2.1. Estudio de doble materialidad.	8
2.2. Grupos de interés.	11
3. Rentabilidad.	12
3.1. Principales indicadores del desempeño financiero.	13
3.2. Hitos estratégicos de las unidades de negocio.	14
3.3. Innovación y transformación digital.	18
3.4. Internacionalización.	22
4. Información corporativa.	24
4.1. Nuestra historia.	30
4.2. Presencia.	32
4.3. Marcas representadas.	33
4.4. Gestión bajo los objetivos de desarrollo sostenible ODS.	34
4.5. Estrategia ESG.	38
5. Gobierno.	46
5.1. Junta Directiva.	48
5.2. Gestión Integral de Riesgos.	54
5.3.1. Ética y Transparencia.	56
5.3.2. Anticorrupción.	56
5.3.3. Derechos humanos.	57
5.3.4. Cadena de suministro.	58
6. Planeta.	60
6.1. Cambio Climático.	63
6.1.1. Portafolio sostenible.	64
6.1.2. Gestión de las emisiones de gases efecto invernadero.	65
6.1.3. Mitigación y compensación.	68
6.2. Economía Circular	70
6.3. Gestión del agua.	72
6.4. Gestión de la energía.	76
6.5. Gestión de residuos.	78

7. Personas.	80
7.1. Clientes.	81
7.1.1. Mercadeo responsable.	84
7.1.2. Fomento de habilidades en sostenibilidad.	84
7.2. Colaboradores.	86
7.2.1. Formación y desarrollo.	87
7.2.2. Clima laboral.	87
7.2.3. Salud y Seguridad en el Trabajo.	88
7.4. Voluntariado corporativo.	90
8. Informes a la Asamblea General de Accionistas.	94
8.1. Informe conjunto de gestión.	96
8.2. Informe del Revisor Fiscal.	100
8.3. Estados Financieros.	104



I. MENSAJE DEL REPRESENTANTE LEGAL

B

ogotá, D.C., Febrero 2026

Estimados Lectores,

El año 2025 representó para Motorysa un ejercicio de crecimiento acelerado, consolidación estratégica y profundización de su compromiso con la movilidad sostenible en Colombia y Perú.

Logros 2025

En un entorno macroeconómico retador, la Compañía alcanzó **ingresos operativos por COP \$1,66 billones**, con un crecimiento de **82%**, superando por primera vez el umbral del billón de pesos y alcanzando una **participación de mercado superior a 5%**.

La sostenibilidad financiera acompañó este desempeño operativo. La optimización del uso de activos, la reestructuración de fuentes de financiación y la gestión prudente del riesgo cambiario permitieron cerrar el año con altos niveles de liquidez y una rentabilidad saludable sobre el patrimonio. Este desempeño refleja la efectividad de una estrategia orientada al crecimiento rentable, la diversificación del portafolio y la disciplina financiera.

102,102-14,102-15

Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible

Motorysa consolidó un modelo de negocio multisegmento que permite atender de manera integral las diferentes necesidades de movilidad de clientes particulares y corporativos, reduciendo la exposición a riesgos asociados a la concentración de portafolio. Esta expansión estuvo apalancada en cuatro ejes estratégicos: el fortalecimiento del liderazgo de **BYD** en movilidad sostenible; la incorporación de nuevas marcas en el segmento de vehículos comerciales, como **Forland y Sitrak**; la optimización de las operaciones de **Mitsubishi y Mercedes-Benz** bajo criterios de excelencia operacional; y la expansión geográfica mediante el inicio de operaciones en Perú. En particular, **BYD se posicionó como líder del mercado de vehículos de nuevas energías en Colombia, con una participación superior a 48%, y replicó este modelo de liderazgo en Perú durante su primer año de operación.**

Pedro Mejía Rozo

Vicepresidente Ejecutivo

Administrador de Empresas del CESA y
MBA de Kellogg School of Management
en Northwestern University

Más de 27 años de experiencia,
12 en el sector automotor



Desarrollo Sostenible

La compañía continuó desempeñando un rol activo en el desarrollo del ecosistema de movilidad eléctrica en Colombia, facilitando el acceso a vehículos eléctricos de última tecnología, junto con soluciones integradas de financiación, seguros, servicios de posventa e infraestructura de carga, contribuyendo a la reducción de emisiones asociadas al transporte.

Durante el año se comercializaron **11.516 vehículos de bajas y cero emisiones**, equivalentes al **90% de las unidades vendidas**, contribuyendo a una reducción estimada de **49.574 toneladas de CO₂e** frente a tecnologías convencionales.

La introducción de siete nuevos modelos de nuevas energías amplió la oferta tecnológica y facilitó la democratización del acceso, permitiendo que un **30% de los clientes adquiriera vehículos eléctricos por debajo de los cien millones de pesos**.

En el segmento de transporte de carga, el portafolio de camiones Euro VI de Forland contribuyó a la renovación del parque automotor colombiano, cuya antigüedad promedio supera los 20 años. Durante 2025 se comercializaron 357 unidades Euro VI, que permiten reducir las emisiones frente a tecnologías Euro III o anteriores.

En Perú, durante el primer año de operación de Motorysa Perú, se comercializaron 377 vehículos de nuevas energías BYD, posicionando a la marca como líder del segmento y evitando la emisión estimada de 1.8 tCO₂e.

Este equilibrio entre crecimiento, solidez financiera e impacto ambiental constituyen la base del modelo de negocio de Motorysa.

Retos para 2026

De cara a 2026, la estrategia estará orientada a profundizar el ecosistema integral de movilidad sostenible, fortaleciendo el portafolio de nuevas energías, ampliando la red de posventa especializada y desarrollando soluciones innovadoras de financiación y adquisición que faciliten la adopción de estas tecnologías. Así mismo, se priorizará la expansión de infraestructura de carga y la consolidación de soluciones de telemetría y gestión de flotas, orientadas a mejorar la productividad y reducir emisiones operativas.

Motorysa continuará gestionando el negocio con rigor financiero, visión de largo plazo y un compromiso inequívoco con la sostenibilidad económica, social y ambiental. Este informe refleja la convicción de la compañía sobre la importancia estratégica de continuar en la senda del crecimiento rentable unido a la transición energética.

Invito a todos los grupos de interés a explorar este informe, en el cual encontrarán una descripción detallada de los logros y avances de Motorysa de triple impacto positivo, así como de los compromisos a futuro.

Cordialmente,
Pedro Mejía Roza



2

Sobre
este informe



2. SOBRE ESTE INFORME

Reportando lo relevante

GRI 2-3

Motorysa ha elaborado este Informe Integrado con el objetivo de presentar a sus grupos de interés el desempeño financiero, social y ambiental correspondiente al año fiscal 2025. El informe destaca los temas de mayor relevancia para la generación de valor, así como los impactos reales y potenciales sobre la economía, el medio ambiente y las personas, todo ello alineado con la visión estratégica de la Organización.



GRI 2-3

Para garantizar la confiabilidad de la información, esta publicación ha sido revisada y aprobada por la Junta Directiva. El reporte ha sido elaborado en referencia a los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) en su modalidad esencial, así como al índice de indicadores prescrito por la Sustainability Accounting Standards Board (SASB), ambos reconocidos como referentes globales en divulgación.

La numeración que precede cada sección corresponde a estos estándares. La información financiera se presenta de acuerdo con las Normas Colombianas de Información Financiera (NCIF) y se incluye como anexo en este informe. La Compañía no ha reexpresado ni actualizado la información contenida en informes anteriores.

La versión digital del Informe está disponible en www.motorysa.com. Para cualquier consulta relacionada con este reporte, contacte a Marcela Barberena Garcés, Secretaria General y Gerente de Asuntos Corporativos y Desarrollo Sostenible, a través del correo electrónico marcela.barberena@motorysa.com.

2.1. ESTUDIO DE DOBLE MATERIALIDAD

GRI 3-3

El objetivo de este ejercicio de materialidad es identificar los impactos significativos que Motorysa genera sobre la economía, el medio ambiente o la sociedad, lo cual se denomina “**materialidad de impacto**”.

Para definir el contexto de Motorysa, se analizó la estrategia corporativa junto con los estándares e indicadores de los sectores automotor. Se estudiaron las tendencias en más de 100 compañías comparables, con el fin de identificar las mejores prácticas y los indicadores más relevantes de la industria.

A través de entrevistas y talleres con diversos líderes de la Organización, se identificaron los impactos positivos y negativos, tanto reales como potenciales, más significativos para la operación.

Posteriormente, se evaluaron estos impactos mediante una encuesta dirigida a clientes, proveedores, empleados, directores y accionistas, en la que participaron más de 5.000 personas.



Este proceso de valoración permitió identificar los temas de mayor importancia tanto para los grupos de interés como para el negocio:



Solidez financiera

- Crecer de forma rentable.
- Innovar de forma permanente.
- Integrar a la estrategia los aspectos ESG.



Clientes

- Garantizar una experiencia memorable a los clientes a través de un servicio excelente.



Colaboradores

- Plan de carrera como proyecto de vida.
- Formación y desarrollo.
- Seguridad y salud en el trabajo.



Cambio climático

- Conservar la neutralidad en carbono.
- Ofrecer soluciones de movilidad y financiación sostenibles.



Economía circular

- Operar el negocio de forma responsable, optimizando el uso de recursos naturales bajo un plan cero residuos.



Comunidad

- Invertir en la comunidad donde opera el negocio.



DDHH

- Detectar, prevenir y gestionar efectos adversos en derechos humanos.

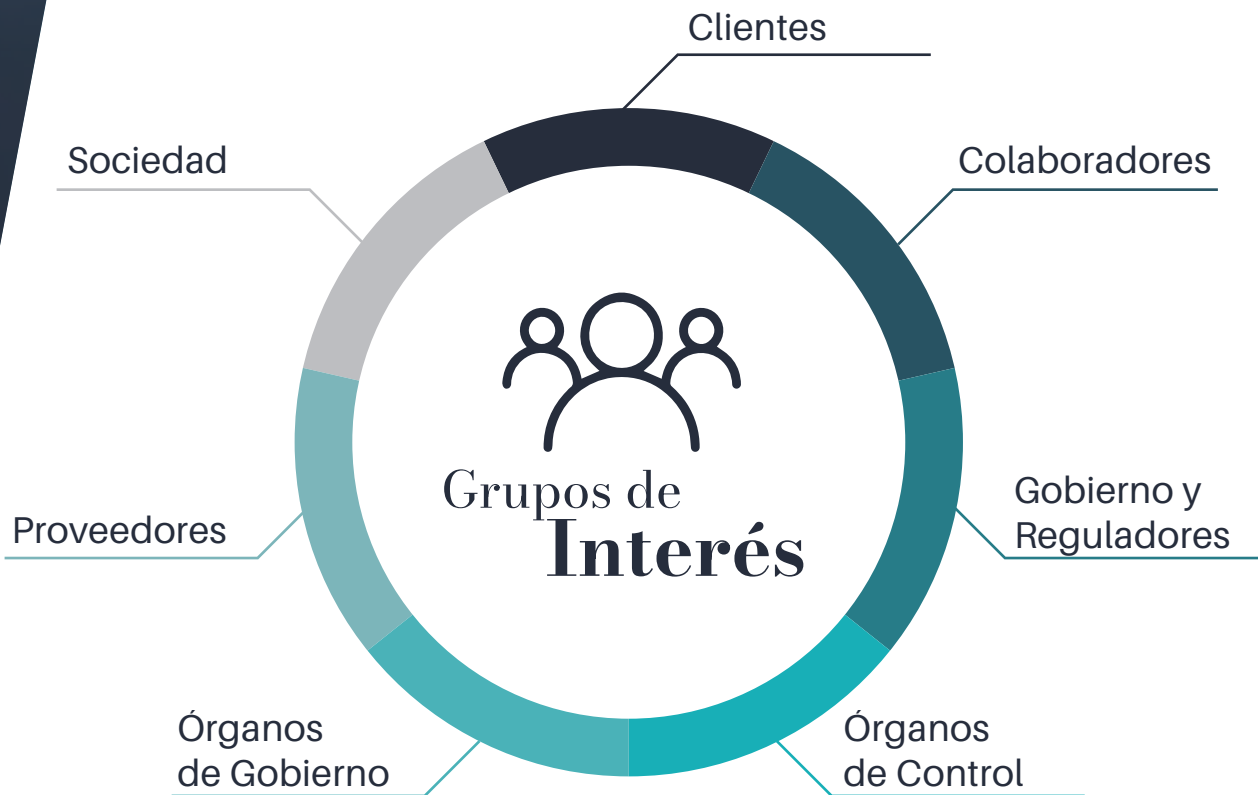
2.2. GRUPOS DE INTERÉS

GRI 2-29

Para definir los grupos de interés, se llevaron a cabo sesiones con los principales ejecutivos y líderes clave. En estas sesiones, se realizó un ejercicio de identificación y valoración de actores internos y externos, evaluando su nivel de impacto e influencia en función de su relación con el negocio.



Se identificaron los siguientes Grupos de Interés:



**Priorizados
para el diálogo**

- Clientes
- Colaboradores
- Órganos de gobierno
- Proveedores

3

Rentabilidad



3.1. PRINCIPALES INDICADORES DEL DESEMPEÑO FINANCIERO

Indicadores de desempeño financiero	2025	2024	2023	2022	2021
Valor económico generado	1.667.871	918.332	732.192	696.795	415.750
Valor económico distribuido	1.569.756	883.148	720.531	664.653	397.264
Costo total de la operación	1.328.222	752.557	578.931	566.682	329.150
Salarios y beneficios de los empleados	59.776	38.861	35.289	31.518	20.100
Inversiones en la comunidad (donaciones)	1.509	133	158	561	303
Pagos al gobierno (total de impuestos)	119.812	82.685	67.200	89.620	41.068
Dividendos pagados				10.000	
Valor económico retenido	98.115	35.184	11.661	32.142	18.486
Valorización de activos	7.309	(4.004)	(12.165)	(194)	1.017
Total valor económico retenido neto de valorización de activos	105.424	31.180	(504)	31.948	19.503
Patrimonio	233.762	212.948	181.768	142.266	103.408
Crecimiento del patrimonio	10%	17%	28%	38%	23%
Índice de solvencia	28%	39%	36%	24%	43%

Otros Indicadores	2025	2024	2023	2022	2021
Vehículos nuevos vendidos	12.690	6.034	2.944	2.081	1.933
Vehículos usados vendidos	130	116	58	50	61
NEV unidades	11.458	4.888	1.720	914	196
NEV % de ventas	47%	45%	65%	31%	9%
Horas de servicio	123.787	116.568	128.465	129.516	88.931
Absorción posventa	53%	54%	63%	61%	56%
Clientes atendidos	24.523	19.339	19.070	19.526	13.665



Motorysa

3.2. HITOS ESTRATÉGICOS DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO



*Consolidación del liderazgo
en nuevas energías.*



1. Liderazgo en el mercado colombiano de vehículos de nuevas energías, **con una participación superior a 48%**
2. Comercialización masiva de vehículos eléctricos e híbridos, **representando la mayoría del portafolio vendido.**
3. Lanzamiento de **7 nuevos modelos**, ampliando la cobertura en segmentos de entrada, SUV y carga.
4. Democratización del acceso a vehículos eléctricos, con un porcentaje relevante de unidades por debajo de los **\$100 millones.**
5. **Replicación exitosa del modelo** en Perú durante el primer año de operación.





Expansión en vehículos comerciales.

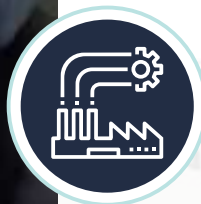


Introducción y posicionamiento de nuevas marcas en el segmento de

- **Carga liviana**
- **y Pesada**



Contribución a la renovación del parque automotor mediante **tecnologías Euro VI.**



Fortalecimiento de la oferta para sectores productivos, con enfoque en:

- **Eficiencia operativa y**
- **Cumplimiento de estándares ambientales.**



Mercedes-Benz



Mitsubishi Motors

Optimización y rentabilidad.

1. Reorganización operativa orientada a **eficiencia y mejora en rentabilidad.**

2. Ajustes estratégicos en  **inventarios,**
 **estructura de costos**
 **y gestión comercial.**

3. Fortalecimiento del negocio de posventa como fuente de ingresos recurrentes. 

Portafolio Integral

Transformación estructural.



■ Comercialización de **11.516** vehículos de bajas y cero emisiones, equivalentes a 90% de las ventas totales.



■ Contribución estimada a la reducción de

49.574 toneladas de CO₂e.



■ Consolidación de un modelo de negocio enfocado en

— **electrificación,**
— **digitalización**
— **y expansión regional.**



En conjunto, los hitos por marca evidencian una estrategia coherente basada en tres pilares: electrificación del portafolio, expansión en vehículos comerciales y disciplina operativa, posicionando a Motorysa como un actor central en la transición hacia una movilidad sostenible en la región.

3.3. INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

GRI 3-3

Logros 2025

Durante 2025, la organización consolidó la innovación como una **capacidad estructural del negocio**, como parte de su estrategia Movilízate, tocando todos los pilares. El principal hito fue la maduración del **ecosistema digital ORBI**, que hoy integra

+50 activos digitales,

centralizando los procesos de venta, financiación, seguros, trámites y experiencia del cliente bajo una lógica omnicanal, impulsada por datos e inteligencia artificial.



En el pilar de **Experiencia del Cliente**, ORBI Leads y ORBI Cotización se consolidaron como el núcleo del flujo comercial, integrando canales digitales, físicos y telefónicos.

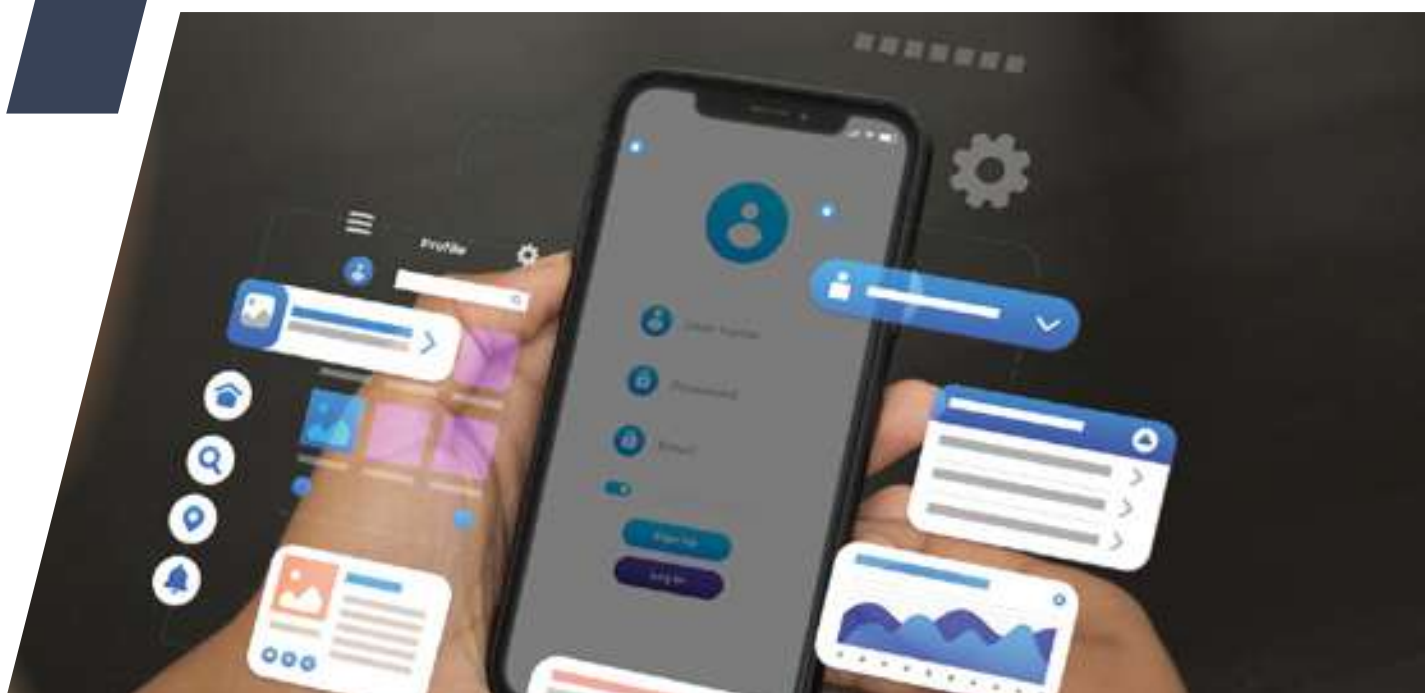
En 2025 se gestionaron más de

105.000 leads y cotizaciones

a través del ecosistema, mejorando la trazabilidad, la calidad del dato y la eficiencia del cierre comercial. Los ingresos por canales digitales sobrepasaron los \$365 mil millones y la conversión comercial se situó sobre el 2.65%.

La integración con Spiga permitió avanzar hacia una **hoja de vida unificada del cliente y del vehículo**, reduciendo reprocesos, dependencias manuales y dispersión de información.





Adicionalmente, en este frente, se realizó el **mapeo integral de la experiencia omnicanal del cliente en venta y posventa**, identificando brechas frente al objetivo de ofrecer una experiencia excepcional y diferenciadora. Como resultado, se ejecutaron proyectos clave de cierre de brechas, entre los que se destacan



la actualización de los sitios web corporativos, el rediseño de la experiencia de pago online,



el desarrollo e implementación de la herramienta de gestión de clientes, satisfacción y PQRs,



el diseño de flujos digitales de seguimiento al proceso comercial,



y la modernización de los diseños y documentos de interacción con clientes,

fortaleciendo la coherencia, confianza y calidad percibida en cada punto de contacto.

Retos 2026

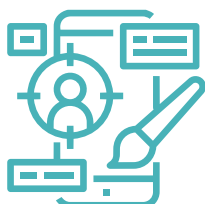
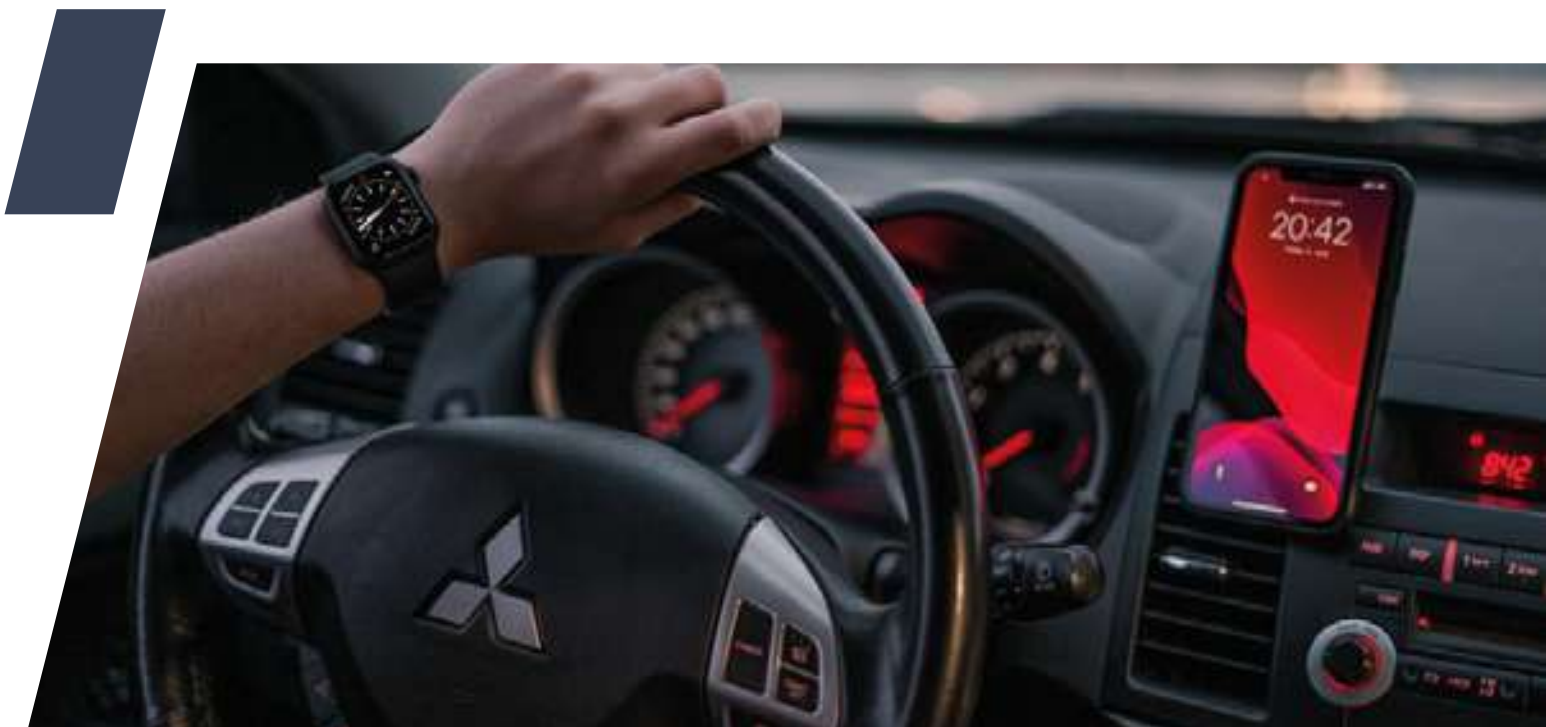
En 2026, el principal desafío en innovación será **pasar de la construcción de capacidades a su explotación sistemática como ventaja competitiva**, con un foco explícito en

- *la experiencia del cliente*
- *y la eficiencia operacional sostenible.*

El objetivo será que el ecosistema ORBI permita a los equipos enfocarse en los clientes y el cierre de negocios, reduciendo fricciones operativas y tareas manuales.

La experiencia del cliente se consolidará como **eje central de la agenda**, profundizando el trabajo iniciado en 2025. Se avanzará en la **alineación de la oferta de valor de venta y posventa**, asegurando coherencia entre lo que se promete y lo que se entrega en todos los canales. Paralelamente, se priorizará la **conexión total entre sistemas** para ofrecer una experiencia verdaderamente integrada, bajo el principio de “un solo dato, una sola vez”.





Se impulsará la evolución del Hub Omnicanal como producto, consolidando el gestor 360° del cliente y facilitando experiencias más personalizadas, proactivas y consistentes. En analítica e IA, el foco estará en automatizar reportes, habilitar herramientas conversacionales sobre el Data Lake y llevar los modelos predictivos a procesos críticos del negocio.

La APP de clientes se consolidará como el principal punto de relación posventa, integrando pagos, servicios, alertas y trámites, mientras que las capacidades del ecosistema se extenderán progresivamente a la red externa.



Finalmente, **se reforzarán las capacidades internas en gestión de producto, gestión de calidad, mejora continua y gestión del cambio,** asegurando adopción efectiva, escalabilidad regional y una ejecución alineada con la estrategia del ecosistema.

3.4. INTERNACIONALIZACIÓN

GRI 203-1

Motorysa Perú – Hitos Estratégicos 2025

1. *Habilitación Operativa*

Se estructuró exitosamente la operación de Motorysa como **distribuidor oficial de BYD en Perú**, habilitando la comercialización y ejecución integral del negocio bajo estándares del fabricante.

La Compañía gestionó de manera efectiva las barreras regulatorias y administrativas del entorno local, **asegurando una entrada sólida y ordenada al mercado.**

BYD
BUILD YOUR DREAMS



2. *Liderazgo Comercial*

Durante el cuarto trimestre de 2025, **BYD se consolidó como la marca N°1 en el segmento de nuevas energías en el mercado automotriz peruano**, posicionándose como referente en electromovilidad.



3. Liderazgo de Producto

En el cuarto trimestre de 2025, los modelos **BYD Yuan Up** y **BYD Seagull** alcanzaron el primer lugar en el segmento 100% eléctrico en Perú, validando la estrategia de portafolio, posicionamiento y precios competitivos.



4. Expansión de Red Comercial

5 tiendas inauguradas
(4 en Lima y 1 en Trujillo)

2 proyectos adicionales en desarrollo
(1 en Lima y 1 en Arequipa)

Este despliegue consolidó presencia en los principales mercados y distritos estratégicos del país.

5. Desarrollo de Infraestructura Ruta Zero

Se implementó la primera fase de la red de carga con 4 cargadores instalados (7kW, 20kW y 60kW) y el lanzamiento del programa “Ruta Zero”, fortaleciendo el ecosistema de electromovilidad y reduciendo barreras de adopción.



4

Información Corporativa



Nuestro Propósito



Crear los cimientos del hoy y del futuro, incluyendo

los procesos, la tecnología, los productos, los servicios y las relaciones que nos permitirán seguir creciendo eficientemente.



Establecer vínculos genuinos con clientes internos y externos,

basados en la confianza y la transparencia, donde todas las partes puedan cumplir sus objetivos en la organización.

Construir relaciones confiables *que aportan a la* movilidad y productividad sostenibles



Proveer soluciones integradas

que mejoren la capacidad de las personas y empresas para movilizarse, facilitando su acceso, eficiencia y experiencia.



Mejorar la eficiencia y la rentabilidad de nuestros clientes

a través de productos, servicios y soluciones que permitan optimizar sus recursos, maximizar su rendimiento y reducir costos.



Impulsar prácticas que sean responsables con el medio ambiente, la sociedad y la economía,

garantizando que las soluciones ofrecidas perduren en el tiempo y generen un impacto positivo duradero.



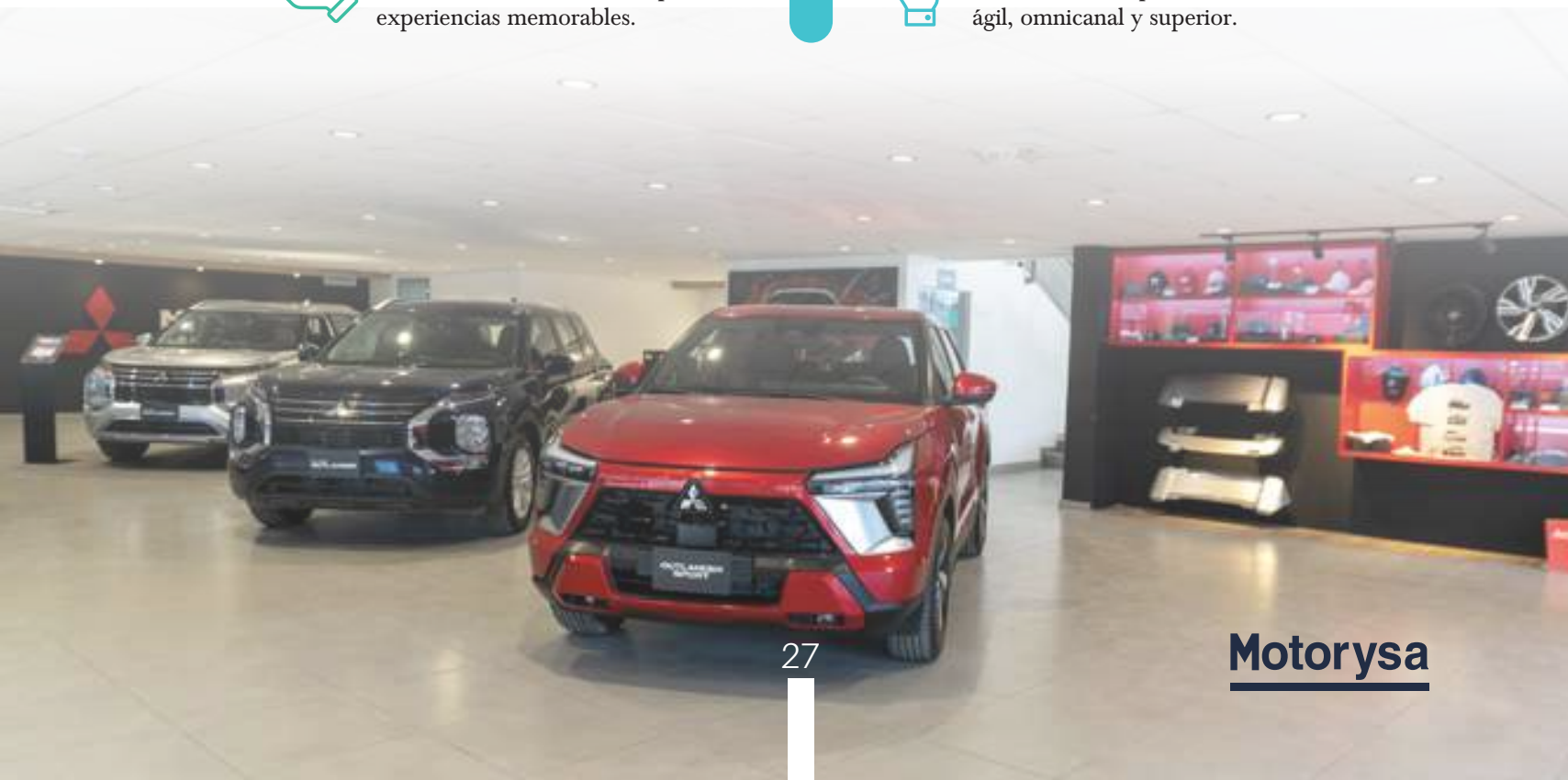
E

n Motorysa los productos, servicios, acciones y decisiones corporativas están enfocadas al triple impacto. Por ello, la Junta Directiva y los Accionistas apoyaron registrar en 2020 los negocios de Motorysa bajo la figura colombiana BIC (sociedad de Beneficio e Interés Colectivo).

Para responder a las exigencias de un entorno cambiante, el desarrollo sostenible en Motorysa se deriva de la capacidad de rediseñar los negocios constantemente para anticiparse a las tendencias del mercado y gestionar los riesgos para enfrentar los retos de un entorno competitivo, en línea con los principios corporativos.



Nuestros Valores



Con el fin de contribuir a los desafíos de la agenda global, la Asamblea General de Accionistas y la Junta Directiva de Motorysa incorporaron en la Política de Responsabilidad Empresarial en 2020, el desarrollo sostenible de los negocios con triple impacto positivo para:



En línea con esto, desarrolla proyectos que atienden las necesidades de todos los grupos de interés a través del tiempo, bajo los siguientes pilares:

- ✓ **Operar bajo los más altos estándares** de gobierno corporativo, ética y transparencia.
- ✓ **Maximizar el patrimonio** en el largo plazo, a través de la innovación y evolución permanente de soluciones de movilidad y maquinaria en beneficio de los clientes;
- ✓ **Gestionar rigurosamente** el impacto ambiental de la actividad empresarial;
- ✓ **Generar un impacto positivo** en los colaboradores a través de su formación y desarrollo profesional;
- ✓ **Crear opciones de trabajo** para toda la comunidad, incluyendo mujeres cabeza de familia, individuos con primer empleo y población cesante, entre otros grupos vulnerables.

El modelo de negocio de Motorysa se destaca en la industria automotriz, en la cual ofrece soluciones integrales de movilidad, así como en el servicio de posventa y la venta de repuestos.

A continuación, se identifican las iniciativas externas más destacadas a las cuales ha adherido Motorysa, al igual que las certificaciones y reconocimientos adquiridos:

	Motorysa
Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo.	
Evaluación ESG.	
Compromiso SBTi.	
Adhesión a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.	
Inventario de gases efecto invernadero auditado y verificado desde 2020 hasta 2023 bajo la norma ISO 14064.	
Empresa carbono neutral bajo la norma PAS2060.	
Apoyo a proyectos verdes de Naciones Unidas.	
Adhesión a la iniciativa de Naciones Unidas para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.	
Sistema de gestión de calidad.	
Participación en el programa de carbono neutralidad de Colombia.	



4.1. NUESTRA HISTORIA

1967

Motorysa

Se crea Motorysa como distribuidora de camiones Pegaso.



1980

Motorysa obtiene la distribución de Mitsubishi



2014

Motorysa asume la concesión de Mercedes Benz.

2020



Motorysa es designada distribuidora de vehículos BYD en Colombia.

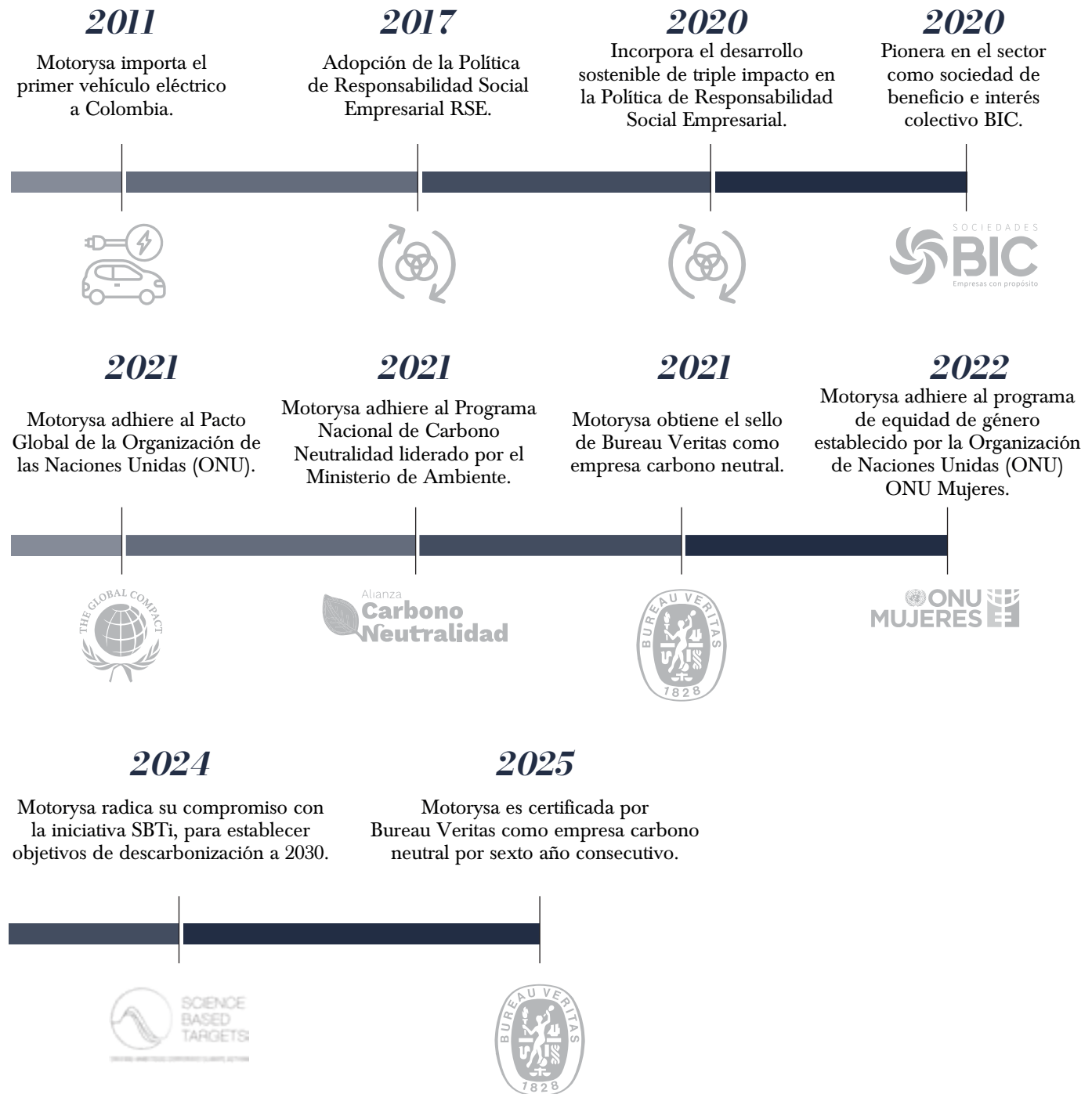
2025



Motorysa inicia la comercialización de vehículos BYD en Perú y le asignan la distribución de Forland y Sitrak



Hitos en Sostenibilidad



4.2. PRESENCIA

Motorysa cuenta con una amplia cobertura en Colombia.



Tiene 7 concesionarios en Perú para la distribución de automotores.



4.3. MARCAS REPRESENTADAS

Marcas bajo distribución



Marcas bajo concesión



4.4. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE A 2030

102-15

Motorysa ha enfocado su modelo de negocio ESG con base en los objetivos establecidos en la agenda 2030, para facilitar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS a través de sus modelos de negocio. Por tanto, sus objetivos, iniciativas, metas, metodologías y métricas están direccionados a generar avances en el cumplimiento de estos objetivos.

Los ODS priorizados por Motorysa se han identificado a partir de un análisis de impacto y contribución efectiva:



ODS 1: Fin de la pobreza: *Erradicar la pobreza extrema*

Ofreció 590 empleos directos.

Motorysa tiene una política integral de contratación de proveedores locales para sus funciones de servicio. **Tiene 1.257 proveedores, de los cuales 1.195 son locales. 93% de los proveedores son de origen colombiano y más del 88% de los pagos se destinan a proveedores colombianos.** Al contar con un negocio de importación robusto, el 22% de los pagos se realiza a proveedores extranjeros.



ODS 2: Hambre cero: *Por un mundo libre de hambre*

La empresa donó \$1.505 millones para contribuir con diferentes iniciativas de valor social.



ODS 3: Salud y Bienestar: *Cobertura sanitaria universal*

Para garantizar la salud y bienestar de todos los colaboradores, la Organización tiene implementado un Sistema de Seguridad y Salud en el trabajo y Pensión en todas sus operaciones.



ODS 4: Educación de calidad: *Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad*

En promedio, cada empleado recibió **10 horas de capacitación técnica y entrenamiento en habilidades del futuro.**



ODS 5: Equidad de género *Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a las mujeres*

La Organización adhirió en 2022 los principios para el empoderamiento de mujeres, y adoptó un compromiso buenas prácticas empresariales para promover la igualdad entre mujeres y hombres en todas las áreas de gestión.

87 mujeres ocuparon cargos directivos, esto equivale al 33%.

129 colaboradores correspondieron a jóvenes entre 18 y 28 años, correspondiente al 22%.



ODS 6: Agua limpia y saneamiento: *Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible*

Motorysa tiene 12 plantas de tratamiento de agua PTAR, para reducir el consumo de agua y garantizar la recirculación en las zonas de lavado.

Los sanitarios a nivel nacional tienen instalados ahorradores de agua, **con una reducción de (-33%) respecto al año base 2020 y de (-28%) respecto a 2024.**



ODS 7: Energía asequible y no contaminante

Las luces convencionales fueron reemplazadas por LED, **alcanzando un ahorro de 40% en el costo de los mantenimientos.** Las iniciativas de negocio responsable generaron una disminución en el consumo de energía de (-77%), desde el año base 2020 hasta 2025.



ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

Se dio la oportunidad a 45 personas para ascender de cargo.



ODS 9 Industria, innovación e infraestructura: *Construir infraestructuras resilientes y fomentar la innovación*

En 2025 se comercializó el **22% de los vehículos por canales digitales.**



ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles

Se comercializaron **4.455 unidades de vehículos limpios (EVs y PHEVs)**, representando el **90%** del total de las ventas de la Compañía.



ODS 12 Producción y consumo sostenible: *Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles*

12 sedes cuentan con plantas de tratamiento de agua PTAR y recirculación de agua en las zonas de lavado.

El negocio comercial tiene una operación 80% circular.

Todos los negocios tienen sistemas de reciclaje y clasificación de desechos reutilizables.



ODS 13 Acción por el clima:

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático

Motorysa mitigó las emisiones de su operación introduciendo al mercado un portafolio de vehículos que no produce emisiones, con baterías eco sostenibles.

Motorysa neutralizó la totalidad de sus emisiones de gases efecto invernadero residuales de su operación, por lo cual **Bureau Veritas las acreditó como compañía Carbono Neutral por sexto año consecutivo.**



ODS 15 Vida en ecosistemas terrestres:

Detener la pérdida de biodiversidad

A través de la estrategia de descarbonización, Motorysa apoya proyectos forestales de descarbonización y con alto valor social.



ODS 16: Paz y justicia con instituciones sólidas

Cuenta con un sistema de cumplimiento con procedimientos para la gestión, prevención y control de riesgos.

Monitorea los casos que incumplan los parámetros de ética y transparencia.

Realiza un análisis de materialidad como enfoque de participación, involucramiento y porcentaje de los grupos de interés.

Cuenta con una línea de transparencia.



ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos de desarrollo sostenibles

A través del Sistema B participa en diferentes iniciativas empresariales de colaboración para promover la descarbonización de la economía y negocios regenerativos.

Motorysa adhirió a los 10 principios de Pacto Global para contribuir con la agenda global de Naciones Unidas.



4.5. ESTRATEGIA ESG

La Estrategia ESG Motorysa tiene como propósito generar desarrollo a través de la movilidad limpia que impulsen la transición hacia una economía baja en carbono, que permita contribuir a un planeta resiliente y al desarrollo económico y social del país:

Modelo Estrategia ESG

102-15



Motorysa apuesta por una economía regenerativa que potencie el crecimiento económico y el desarrollo sostenible de largo plazo, asegurando el equilibrio entre el progreso económico, el cuidado del planeta y el bienestar social, bajo los siguientes objetivos y metas concretas:



Con los inversionistas:

Con el fin de apalancar el crecimiento sostenido de la Organización y duplicar el negocio cada cinco años, los accionistas retienen cerca del

80% *de las utilidades líquidas cada año.*

Con los clientes:

Con el propósito de garantizar una experiencia memorable, los negocios deben

***medir, gestionar
y anticipar***

las necesidades de los clientes

a través de múltiples encuestas y una correcta segmentación para garantizar un conocimiento profundo de los mismos.



Con los empleados

Motorysa está comprometida con el desarrollo personal y profesional de todos los colaboradores a través de:

Habilitar procesos de formación para el personal seleccionado para el plan de carrera.

Efectuar encuestas de satisfacción a los empleados.

Contratar más del
25% *del personal entre 18 y 28 años.*

Conservar más del
30% *del personal compuesto por mujeres.*

Con la diversidad y equidad de género:

- *Motorysa valora la diversidad,*
- *promueve la equidad y fomenta la inclusión.*

La Organización está comprometida con el respeto y la participación igualitaria en la selección, ascensos, formación y desarrollo por competencias.

Con la comunidad:

Motorysa comprende su función como ciudadano corporativo y promueve acciones que mejoren el porvenir de los colombianos y aceleren el desarrollo de su entorno. Para ello, fomenta la creación de estrategias de cooperación con la sociedad, a través de

programas de voluntariado corporativo, fundaciones y otros mecanismos de transferencia de tecnología y desarrollo social.

Con el medio ambiente:

Motorysa estableció un marco ambiental para reflejar el compromiso y los esfuerzos de los negocios para minimizar los impactos ambientales de sus operaciones hasta lograr

una operación
95%
circular

sin residuos en 2035 y contribuir a los retos del cambio climático con una reducción de (-85%) de sus emisiones en 2050 en comparación con 2023,

a través de soluciones de movilidad sostenibles y una operación responsable. Para ello, como empresa carbono neutral desde 2020, garantiza una operación eficiente y compatible con el medio ambiente y pone al servicio de sus clientes un portafolio que impulsa la movilidad, mecanización y finanzas sostenibles.



Con la innovación:

Motorysa ofrece un servicio óptimo a través de **tecnologías de vanguardia, asegurando la protección de la información, y la continuidad y disponibilidad de todos los sistemas.**

Impulsa el desarrollo de nuevos productos y servicios

en respuesta a las necesidades de los clientes y fomentan actividades de investigación, desarrollo e innovación, teniendo como eje central la optimización continua de las operaciones.

Con la cadena de suministro:

Motorysa considera la gestión de su cadena de suministro como parte integral del desarrollo sostenible de sus actividades y promueve además que sus proveedores actúen de la misma forma.

Para tal efecto, se han comprometido a través de diferentes políticas a extender los valores de Triple Impacto de la Organización a toda la cadena de valor y promover que los proveedores conozcan y apliquen los compromisos descritos en esta Política.

Los riesgos y oportunidades en relación con la contratación, adquisición y el abastecimiento de suministros y servicios a nivel corporativo y de proyectos son evaluados periódicamente, así como el desempeño de los proveedores en el desarrollo de relaciones comerciales.





Con la fiscalidad responsable:

En el marco de la política fiscal corporativa responsable, **Motorysa está comprometida a cumplir las normas tributarias** en los lugares donde opera y fomenta una relación con las autoridades en materia tributaria basada en

el respeto por la ley y los principios de buena fe, lealtad, confianza, colaboración y profesionalismo,

sin perjuicio de las legítimas controversias que puedan generarse en torno a la interpretación o aplicación de las normas.

Con la ética y transparencia:

En los procesos comerciales, la Empresa ofrece a los clientes

una asesoría honesta y transparente para satisfacer las verdaderas necesidades de los clientes.

Para la evaluación objetiva de los riesgos, las brechas y las oportunidades, **Motorysa implementa sistemas para la gestión de los riesgos** de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, Financiación de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, Protección de Datos Personales, Riesgos Sanitarios, de liquidez, de crédito, operacionales, ambiental y social, de calidad, de Transparencia y Ética Empresarial, entre otros.





Relación con **Compromisos BIC**

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Prácticas de productividad responsable para generar valor en el negocio hacia el entorno y para beneficiar a múltiples grupos de interés.						●	
2. Uso de tecnologías para lograr mayor eficiencia y optimización de procesos operativos y garantizar la seguridad y protección de la información. Elaboración de una estrategia integral de ciberseguridad.						●	
3. Prácticas para proporcionar un adecuado sistema de control y gestión de riesgos no financieros en la cadena de suministro.							●

1. Prácticas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero e iniciativas para la adaptación y mitigación frente a los efectos del cambio climático, prácticas para prevenir, mitigar, corregir y/o compensar los impactos ambientales de las operaciones.				●	●		
2. Líneas en el portafolio para consolidar una cartera de inversión ecológica que promueva la movilidad sostenible.					●		
3. Debida diligencia sobre la identificación y prevención de riesgos reales y potenciales que puedan afectar los derechos humanos.				●			

1. Debida diligencia sobre la identificación y prevención de riesgos reales y potenciales que puedan afectar los derechos humanos.		●					
2. Prácticas para fomentar la atracción, retención y desarrollo del talento humano, así como el empleo de calidad con iniciativas que promuevan la fidelización y compromiso de los colaboradores.			●				●
3. Prácticas para la competitividad y crecimiento de los clientes a través del portafolio.						●	●
4. Implementar Iniciativas, programas, proyectos para contribuir al desarrollo de las comunidades y apoyar con soluciones para sus necesidades incluyendo iniciativas con proveedores.	●	●					

4. Utilizar sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgar incentivos a los trabajadores y clientes para promover el uso de medios de transporte ambientalmente sostenibles.

5. Monitorear las emisiones de gases invernadero generadas por su actividad empresarial.

6. Divulgar a sus trabajadores los estados financieros de la compañía.

7. Expedir normas internas en las que se consignent valores y comportamientos que se esperan sean aplicados y asumidos por los trabajadores en desarrollo de sus actividades.

5

Gobierno





5.1. JUNTA DIRECTIVA



**Paula Uribe
Vegalara**

En representación de Uribe Vega-Lara
& Uribe Hosie S.A.S
Profesora de Informática Escuela
Colombiana de Ingeniería

Experiencia

Coordinadora de Educación
Continuada de la Decanatura
de Ingeniería de Sistemas.

Gerente de Proyectos y Servicio
al Cliente Pragmática Ltda.

Estudios

Ingeniera de Sistemas de la Escuela
Colombiana de Ingenieros

Otras juntas directivas
Promotec LTDA



**Pedro Atuesta
Vegalara**

Experiencia

Innovación y riesgos en Johnson &
Johnson, Scotiabank y Citibank.

Estudios

Ingeniero Industrial de
la Universidad de los Andes y MBA
de la Universidad de Cornell



**Carlos José
Manrique Escallón**

Consultor Independiente

Experiencia

Ingeniero Jefe de Diseño en CAMP.
DRESSER & MCKEE, Gerente
General de Unimaq LTDA SCA y se
desempeño en Motorysa como
Gerente General, Subgerente
Comercial y Director del
Departamento de Automóviles.

Estudios

Ingeniero Civil de la
Universidad de la Salle

Otras juntas directivas

CasaToro, Banco Finandina,
Finanzauto y Fenalco



Asesor

**Humberto
Vegalara Rojas**

En representación
de Pinagro Administradora LTDA

Presidente Junta Directiva Seissa

Experiencia

Presidente de CasaToro, Finandina, Motorysa y Finanzauto.
Presidió la organización por 52 años

Estudios

Economista de la Universidad de los Andes



**Mauricio
Salgar Vegalara**

En representación de Noki S.A.S
Socio en MAS DEVELOPERS

Experiencia

Director Regional Comercial SAB Miller, Director de Ventas y Director de Planeación Comercial en Bavaria, Director de Ventas Internacionales en Avianca, Analista de Proyectos Valorem.

Estudios

Economista de la Universidad de los Andes, con MBA del Instituto Tecnológico de Massachusetts

Otras juntas directivas

Banco Finandina, Motorysa, Constructora Parque Central Bavaria, Viveagro



**Luis
Castañeda Salamanca**

Consultor Independiente

Experiencia

Gerente Incomercio S.A, Abogado en el Ministerio de Trabajo y más de 30 años como Gerente General de Finanzauto

Estudios

Abogado de la Universidad de los Andes

Otras juntas directivas

CasaToro



**Clara Inés
Trespacios Peñas**

Consultora Independiente C&T

Experiencia

Más de 28 años en el área de Crédito y Riesgo en entidades financieras, 6 años en consultoría de estrategia, riesgo, crédito y estructuración de empresas en áreas administrativas y financieras, 4 años en el desarrollo de plataformas tecnológicas.

Estudios

Administradora de Empresas de la Universidad Pontificia Universidad Javeriana y Especialista en Finanzas de la Universidad EAFIT.



Asesor

**Juan Pablo
Liévano Vegalara**

Experiencia

Socio fundador de la firma Liévano Ochoa y Asociados, Ex Superintendente de Sociedades, Docente Universitario en derecho de seguros e instituciones financieras.

Estudios

Abogado de la Universidad Javeriana con maestría en derecho de negocios internacionales (LLM) y MBA de la American University

Otras juntas directivas

Banco Finandina, CasaToro



La administración de Motorysa se fundamenta en un Sistema de Gobierno Corporativo sólido y estructurado, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos, la continuidad de los negocios y la alineación con las expectativas de los grupos de interés.

La Junta Directiva de Motorysa es el órgano responsable de definir las políticas y objetivos estratégicos de la Compañía, proporcionando un direccionamiento claro y garantizando el desarrollo sostenible de sus operaciones. Bajo la presidencia de Paula Uribe Vegalara, la Junta está conformada por miembros elegidos a través de cociente electoral y se

somete a un proceso anual de autoevaluación, cuyos resultados son compartidos con todos los miembros para la implementación de acciones de mejora continua.

Los Directores desempeñan un rol fundamental en el direccionamiento estratégico, la supervisión y el control de la información, asegurando el cumplimiento ético y legal en la gestión de los negocios. Su perfil profesional garantiza un aporte significativo en términos de visión estratégica, gobernanza corporativa y sostenibilidad empresarial.

Idoneidad y Experiencia de la Junta Directiva

La composición de la Junta refleja un alto nivel de competencia y experiencia en dirección empresarial, gestión financiera y control interno. Sus miembros cuentan con:



○ **Una sólida trayectoria en Juntas Directivas** y toma de decisiones estratégicas.



○ **Experiencia en sectores e industrias clave**, asegurando un conocimiento profundo del entorno competitivo.



○ **Capacidad de gestión del riesgo** en mercados dinámicos y globalizados.



○ **Enfoque internacional y visión moderna de los negocios**, alineada con las mejores prácticas de gobierno corporativo.

La Junta Directiva ha acompañado a la administración en iniciativas estratégicas orientadas a:

- **Proteger el patrimonio corporativo** frente a riesgos coyunturales, fortaleciendo la sostenibilidad financiera.
- **Impulsar la transición energética**, promoviendo la transformación del portafolio hacia soluciones de bajas y cero emisiones y consolidando un modelo de negocio alineado con los compromisos climáticos de largo plazo.
- **Fomentar la diversificación e innovación**, desarrollando nuevos emprendimientos y fuentes de ingreso que consoliden el crecimiento de largo plazo.

Para el 2026

Planea participar activamente en el desarrollo de nuevas formas para generar ingresos en los mercados donde la Organización tiene competencias desarrolladas y mantener firmemente su política de inversión en Colombia y en otros países de la región como Perú.



Composición de la Junta Directiva

Pregunta	2025
Número total de miembros que pertenecen a la Junta Directiva	6
Número de mujeres que hacen parte de la Junta Directiva	2
Número de hombres que hacen parte de la Junta Directiva	4
Número de miembros menores de 30 años que hacen parte de la Junta Directiva	0
Número de miembros entre 30 y 40 años que hacen parte de la Junta Directiva	1
Número de miembros entre 40 y 50 años que hacen parte de la Junta Directiva	2
Número de miembros mayores de 60 años que hacen parte de la Junta Directiva	3
Porcentaje de mujeres que hacen parte de la Junta Directiva	33%
Porcentaje de hombres que hacen parte de la Junta Directiva	66%

Asistencia de la Junta Directiva

		Asistencia # De Reuniones		
Principal	Suplente	Principal	Suplente	Participación
Paula Uribe Vegalara	Mauricio Salgar Vegalara	11	11	100%
Pedro Atuesta Vegalara	Luis Castañeda Salamanca	12	11	100%
Carlos Manrique Escallón	Clara Inés Trespalcacios Peñas	0	12	100%

Asesores	Asistencia	Participación
Humberto Vegalara Rojas	11	92%
Juan Pablo Liévano Vegalara	12	100%
Fernando Rueda Donado	11	92%

5.2. GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

Motorysa en su compromiso con la excelencia en gestión corporativa, ha adoptado las mejores prácticas del mercado en los sectores donde opera, con el objetivo de fortalecer el control interno, optimizar la administración del gobierno corporativo y asegurar resultados sostenibles.

Auditoría Interna y Gestión de Riesgos

La Auditoría Interna ejecuta anualmente su plan de gestión de riesgos, alineado con los lineamientos de la Junta Directiva y el Comité de Auditoría.

Este Comité realiza una evaluación integral y objetiva de los riesgos, brechas y oportunidades,

proporcionando retroalimentación estratégica a la administración mediante el uso de una plataforma digital desarrollada internamente para este propósito.

Para garantizar la transparencia y la integridad corporativa, se han establecido procedimientos específicos que permiten a los auditores internos reportar al Comité de Auditoría cualquier indicio que pueda comprometer la precisión de los informes financieros, así como la divulgación de contribuciones a entidades políticas, grupos de lobby, organizaciones benéficas y defensores de derechos.

Las irregularidades detectadas son objeto de investigación inmediata y objetiva por parte de una instancia independiente.

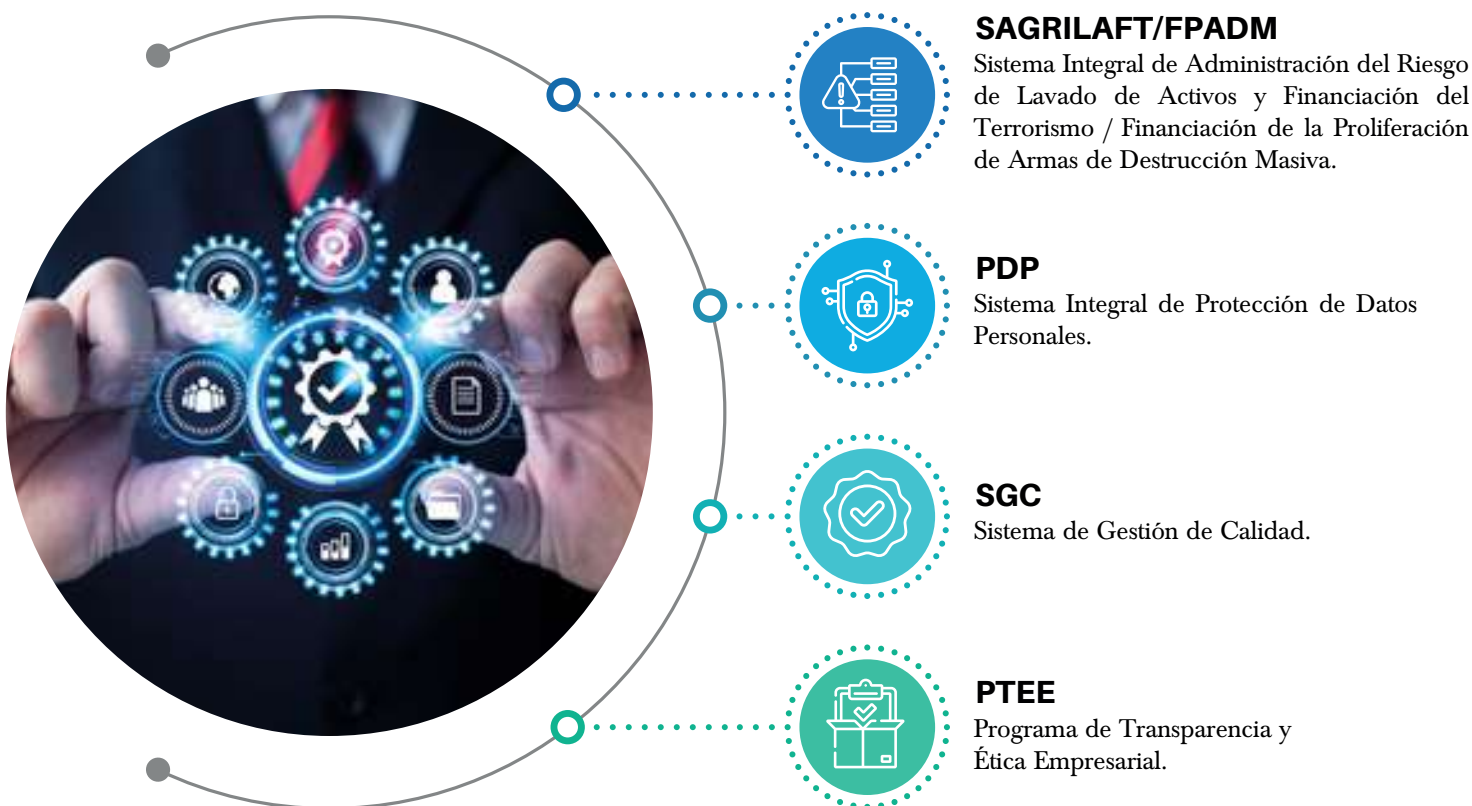
La administración analiza los hallazgos de auditorías internas y externas, asegurando la implementación oportuna de medidas correctivas.

Durante el año, no se identificaron desviaciones que representaran riesgos materiales para la organización ni para sus grupos de interés.

Todas las recomendaciones fueron acogidas, ejecutadas y sometidas a seguimiento permanente por parte del Comité de Auditoría.

Sistema Integral de Gestión de Riesgos

Para la evaluación y mitigación de riesgos, Motorysa ha estructurado un plan de gestión basado en estándares internacionales y alineado con las mejores prácticas del sector. En este marco, se han implementado sistemas especializados para fortalecer el control y la gobernanza corporativa, entre los cuales destacan:



Dado el carácter de Motorysa como sociedad inversionista, la ejecución de operaciones cotidianas con clientes y terceros es responsabilidad de sus filiales, las cuales cuentan con sistemas de administración de riesgos robustos y adaptados a sus respectivas áreas de gestión.

5.3.1. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Con el fin de garantizar la ética y transparencia en todos los negocios, la empresa a través del área de cumplimiento lanzó un portal con el fin de generar una cultura ética a través del diseño y publicación de información fácil de entender por todos. Dentro del portal, está publicada la información sobre la visión, la misión y los principios aplicables, incluyendo la responsabilidad social empresarial.

5.3.2. ANTICORRUPCIÓN

Durante
2025

- no ocurrieron riesgos de corrupción, prácticas de soborno, fraudes, extorsión o lavado de activos, que puedan afectar la operación de la sociedad.
- a Motorysa no le notificaron demandas ni investigaciones administrativas por competencia desleal, prácticas monopólicas o restricciones a la libre competencia.
- Dentro del portal de cumplimiento se encuentra publicada la política anticorrupción.

Línea de transparencia

Se evaluaron las conductas por parte de la empresa encargada y no ocurrieron riesgos de corrupción, prácticas de soborno, fraudes, extorsión o lavado de activos, que puedan afectar la operación de la sociedad.

Durante el año 2025 se capacitó una muestra significativa de proveedores de la cadena de suministro sobre riesgos ESG incluyendo el código de conducta aplicable con el fin de mitigar los riesgos de corrupción y soborno transnacional.

5.3.3. DERECHOS HUMANOS

Al adherir al Pacto Global de las Naciones Unidas, **Motorysa ratificó su respeto y compromiso con la promoción de los Derechos Humanos**, así como con los principales estándares internacionales que afectan su actividad empresarial y las operaciones desarrolladas por sus colaboradores y grupos de interés.



**El derecho a la vida
y a la integridad
personal**



**El derecho a la igualdad
de trato y de oportunidades
y a la no discriminación**



**La erradicación del
trabajo infantil y el
trabajo forzoso**



**La libertad de
asociación y
negociación colectiva**



**La realización de actividades
dentro de ambientes de trabajo
seguros y libres de violencia**



**La prevención y
atención de cualquier
forma de acoso**

Ese compromiso se refleja en la política institucional de Derechos Humanos que se construyó en 2021, en la que establece la responsabilidad de asumir en sus operaciones internas y promover en las relaciones con terceros, el cumplimiento de lo dispuesto en la Carta Universal de los Derechos Humanos y sus protocolos, convenciones y pactos vinculantes, incluidos el Derecho Internacional.

5.3.4. CADENA DE SUMINISTRO

En cumplimiento de dicho compromiso y su estrategia corporativa, se estableció un procedimiento de debida diligencia, a través del cual se identifica, previene, mitiga y rinde cuentas sobre el abordaje y consecuencias de la transgresión a los Derechos Humanos, procedimiento que está fundamentado en los principios y valores corporativos y el Derecho Internacional, el cual sigue los siguientes cuatro pasos:





Para prevenir la vulneración a los Derechos Humanos desde el conocimiento y entendimiento, las filiales estructuraron un plan de capacitaciones en 2025, orientado a la divulgación de los principios que se desarrollan en sus dos pilares fundamentales: Las Prácticas Laborales y la Comunidad, lo cual se suma a que dentro de los contratos comerciales nacionales, se incluye la observancia del Código de Conducta, Ética y el Programa Anticorrupción, y el SAGRILAF, con el fin de comprometer a cada empresa en el cumplimiento de dichas directrices Corporativas, siendo el respeto por los Derechos Humanos transversal a cada una de ellas.

Con el propósito de consolidar el cumplimiento de la política de derechos humanos, **durante 2025 la empresa gestionó la cadena de suministro con el fin de fortalecer el control, administrar el riesgo y realizar seguimiento continuo, a través de herramientas de capacitación y la práctica de una encuesta.**

Se tomó una muestra de los proveedores más representativos, a quienes se les realizó una encuesta de sostenibilidad, con el fin de determinar el avance de

cumplimiento y aplicación de los derechos humanos dentro del marco de las políticas de ESG y obtener un diagnóstico a través de una herramienta digital en la cual pueden gestionar de manera directa sus planes de acción y mejora.

El 36% *de los proveedores de la cadena de suministro encuestados,*

iniciaron gestiones para alcanzar el objetivo en derechos humanos y tuvieron logros parciales.

Los contratos tienen una cláusula de cumplimiento de lineamientos ESG en los contratos comerciales y se estructurará un plan de comunicaciones para divulgar a los grupos de interés la obligatoriedad de implementar el programa de sostenibilidad empresarial, dentro del cual el cumplimiento y respeto de los derechos humanos cuenta con especial relevancia.

6

Planeta

60



6. PLANETA

Informe de Gestión Sostenible 2025

GRI 3-3, c, d, f, 306-1, 306-2, 306-3, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1 305-2 305-3, 305-4, 305-5, CC-1, CC, 2, CC-3
TR-AU-41a, CG-MR-130a

Motorysa estructuró un **Marco Ambiental Corporativo** que consolida su compromiso con la mitigación de impactos ambientales y la acción climática de largo plazo. Este marco fija metas concretas: **operación sin residuos en 2035 y reducción del 85% de las emisiones al 2050**, tomando como línea base 2023, apalancado en la expansión de soluciones de movilidad de bajas y cero emisiones y en la mejora continua de la eficiencia operativa.



Metas y objetivos

Objetivo estratégico	Objetivo específico	Meta
Mantenerse como organización carbono neutral	Reducir las emisiones GEI generadas en 2023 en 85% a 2050	• Reducir la intensidad de las emisiones GEI 3% cada año. • Obtener el sello de carbono neutralidad anualmente.
Operación eficiente compatible con el medio ambiente	Gestionar eficientemente el uso de recursos y la generación de residuos	• Reducir 3% la intensidad en el consumo de energía y agua • 60% de reutilización de agua a 2035 • 60% de la operación con energías renovables a 2035 • Operación 95% circular a 2035
Tener un portafolio sostenible	Impulsar la movilidad y mecanización sostenibles	• Portafolio sostenible >50% en 2035

Somos una empresa Carbono Neutral desde 2020

6.1. CAMBIO CLIMÁTICO

Motorysa se ha unido a los esfuerzos globales para implementar acciones que contribuyan a limitar el calentamiento global en 1,5°C. En el camino hacia la consecución de este objetivo:



Realiza desde el año 2020 un inventario de emisiones de gases de Efecto Invernadero con base en la metodología del GHG Protocol y la Norma ISO 14064-1:2018, todos verificados por la certificadora internacional Bureau Veritas.



Radicó su compromiso de fijar objetivos de descarbonización de su operación a 2050 a través de Science Based Targets SBTi, una iniciativa conjunta de CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y la WWF.



Implementó diferentes iniciativas de reducción de emisiones en su operación, como el reemplazo de luces por LED, el reemplazo de extintores Solkaflam, el mantenimiento de aires acondicionados y la eliminación progresiva del uso papel como consecuencia de la digitalización y automatización de procesos.



Neutraliza las emisiones generadas desde 2020 a la fecha, por lo cual ha obtenido durante los últimos seis años consecutivos la certificación como empresa carbono neutral PAS2060.

6.1.1. PORTAFOLIO SOSTENIBLE

Resultados de Mitigación a través del portafolio

Con la comercialización de

11.516
vehículos

de nuevas
energías
NEVs,



Motorysa le facilitó a sus
clientes reducir sus emisiones
de gases efecto invernadero en

49.574
toneladas de CO₂e



durante
2025.

Esto equivale a la absorción de CO₂e de

1.239.350
árboles nativos colombianos

durante un año y durante la vida útil de
15 años,

equivaldría a lo que absorben

16.885

hectáreas del bosque



La Poma en Soacha, Cundinamarca o
149 parques Metropolitanos Simón
Bolívar en Bogotá, D.C.

*Nuestras operaciones son eficientes y
compatibles con el medio ambiente*

6.1.2. GESTIÓN DE LAS EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO

Para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por Motorysa y sus filiales, en el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año 2025, se seleccionaron como marcos de referencia el **Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte - ECCR del GHG Protocol** (en adelante GHG Protocol) y la norma técnica ISO 14064-1:2018

“Especificación con orientación, a nivel de organizaciones, para la cuantificación y el informe de las emisiones y remociones de gases de efecto invernadero”.

El GHG Protocol, es una iniciativa mundial que proporciona un marco estándar para la contabilidad y el reporte de emisiones de GEI. **Este protocolo se ha convertido en una herramienta esencial para las organizaciones que buscan medir y gestionar sus emisiones de manera consistente y transparente.** El GHG Protocol clasifica las emisiones en tres alcances distintos:



● Alcance 1:

Cubre las emisiones directas de fuentes de propiedad o control directo de la organización;



● Alcance 2:

Se refiere a las emisiones indirectas asociadas a la generación de energía comprada;



● Alcance 3:

Incluye otras emisiones indirectas relacionadas con las actividades de la organización.

La norma ISO 14064-1:2018 se enfoca en proporcionar directrices detalladas para la cuantificación y verificación de las emisiones de gases de efecto invernadero. En su versión actual, la ISO 14064 clasifica las emisiones en seis categorías:

<i>Categoría 1</i>	Emisiones directas;
<i>Categoría 2</i>	Emisiones indirectas;
<i>Categoría 3</i>	Emisiones indirectas por transporte;
<i>Categoría 4</i>	Emisiones indirectas por productos y/o servicios usados;
<i>Categoría 5</i>	Emisiones indirectas por productos y/o servicios vendidos;
<i>Categoría 6</i>	Emisiones indirectas por otras fuentes.

En cuanto a las emisiones para 2025, se identificaron un total de trece (13) fuentes de emisión de gases de efecto invernadero (GEI).

De estas, seis (6) corresponden a emisiones directas, que incluyen: el uso de gasolina y diésel en fuentes fijas, consumo de gas natural, uso de aceites y lubricantes, recarga de extintores, y el tratamiento directo de aguas residuales.

Adicionalmente, se contemplaron siete (7) fuentes de emisiones indirectas, que son: consumo de energía eléctrica, viajes aéreos, generación de residuos sólidos, residuos peligrosos incinerados, uso de papel, el tratamiento indirecto de aguas residuales y el uso de productos vendidos.



	Protocolo GHG	Norma ISO 14064	<u>Motorysa</u>
Emisiones 	<i>Alcance 1</i>	<i>Categoría 1</i>	93,54
Emisiones indirectas 	<i>Alcance 2</i>	<i>Categoría 2</i>	241,96
	<i>Alcance 3</i>	<i>Categoría 3</i>	82,29
		<i>Categoría 4</i>	44,51
Total emisiones indirectas			368,76
Total emisiones			462,30
Emisiones neutralizadas			467,00
Emisiones netas (emisiones totales menos emisiones neutralizadas)			(4,70)



6.1.3. MITIGACIÓN Y COMPENSACIÓN

En línea con la ambición climática definida en la Estrategia de Carbono Neutralidad de Motorysa, se definió un plan de mitigación que permitiera reducir la proporción de emisiones GEI en función de los ingresos generados.

Con la ejecución de estas iniciativas, si bien los ingresos de Motorysa han venido incrementándose de forma significativa desde el primer año de medición 2020, la intensidad de sus emisiones logró reducirse en 2025, al pasar de 640 tCO₂e a 270 tCO₂e por billón generado en 2025:



Motorysa redujo su intensidad de carbono en (-44%) entre 2020 y 2025.

Motorysa, logró la *Carbono Neutralidad*

La Organización enfocó sus esfuerzos en calcular su huella de carbono en todas las líneas de negocio, proceso que fue debidamente **certificado bajo la norma ISO 14064-1:2018 “Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero”**.

Las iniciativas de mitigación de la operación directa se resumen así:

- **Tratamiento adecuado de las aguas residuales.** Motorysa logró evitar la emisión de 4 tCO₂e debido a su manejo adecuado de la PTAR, lo cual evitó 119.67 kg de metano.
- **Uso de papel reciclado:** De las 4.82 toneladas de papel que consume Motorysa al año, el 29.49 % (1.42 toneladas) corresponde a papel reciclado, evitando 6.48 tCO₂e que hubiera generado a partir del uso de papel convencional.



Luego de adelantar diferentes iniciativas para mitigar y neutralizar el 100% de las emisiones de su operación, Motorysa obtuvo la certificación PAS2060 de la certificadora internacional Bureau Veritas como compañía carbono neutral por sexto año consecutivo.

6.2. ECONOMÍA CIRCULAR

Motorysa avanza en la transición de un modelo de negocio lineal hacia un modelo circular, integrado a su cultura organizacional y alineado con su estrategia de sostenibilidad de largo plazo. Para ello, definió un plan de acción enfocado en prevenir, mitigar, corregir, reducir y compensar los impactos ambientales derivados de sus operaciones.

Estas iniciativas se consolidan en la Estrategia Corporativa de Economía Circular, orientada a incrementar la eficiencia en las actividades de venta, arrendamiento y mantenimiento de vehículos, bajo un enfoque de ciclo de vida.

El objetivo es optimizar el uso de materias primas —incluyendo agua y energía—, minimizar la generación de residuos y avanzar progresivamente hacia una operación

95% circular en 2035,

fortaleciendo la competitividad, reduciendo riesgos ambientales y generando valor sostenible de largo plazo.



Somos una organización pionera en diseñar una estrategia de economía circular

Metas y objetivos

*La meta principal es lograr a 2035
una operación*

95%
circular.

Desde 2023 Motorysa es 80% circular.



6.3. GESTIÓN DEL AGUA

El Programa de Uso Eficiente y Ahorro de Agua establece lineamientos orientados a la reducción del consumo hídrico y a la optimización del recurso en todas las unidades de negocio. La estrategia integra mejoras en procesos operativos, adopción de buenas prácticas y fortalecimiento de hábitos de consumo responsable, con el objetivo de incrementar la eficiencia, reducir costos asociados y mitigar el impacto ambiental de las operaciones, bajo un enfoque de medición y mejora continua.

Actividades en desarrollo para el uso eficiente del recurso:

Actividad	Descripción
Mantenimiento Preventivo	Los medidores instalados permiten la medición y registro del consumo de agua en las operaciones de lavado, con el fin de ejercer control sobre dichas actividades y fortalecer la gestión eficiente del recurso hídrico, en cumplimiento de los lineamientos ambientales aplicables.
Educación Ambiental	Anualmente se capacitó al personal de las áreas de lavado sobre el ahorro y uso eficiente de agua.
Reconversión a sistemas ahorradores	La operación comercial cuenta con 7 plantas de tratamiento de agua PTAR y recirculación de agua en las zonas de lavado.
Recolección Agua Lluvia	En 2025 se implementarán sistemas de captación de agua lluvia para proceso de lavado de vehículos.
Seguimiento Plan de Gestión	El Comité de sostenibilidad realiza seguimiento mensual a los indicadores ambientales.

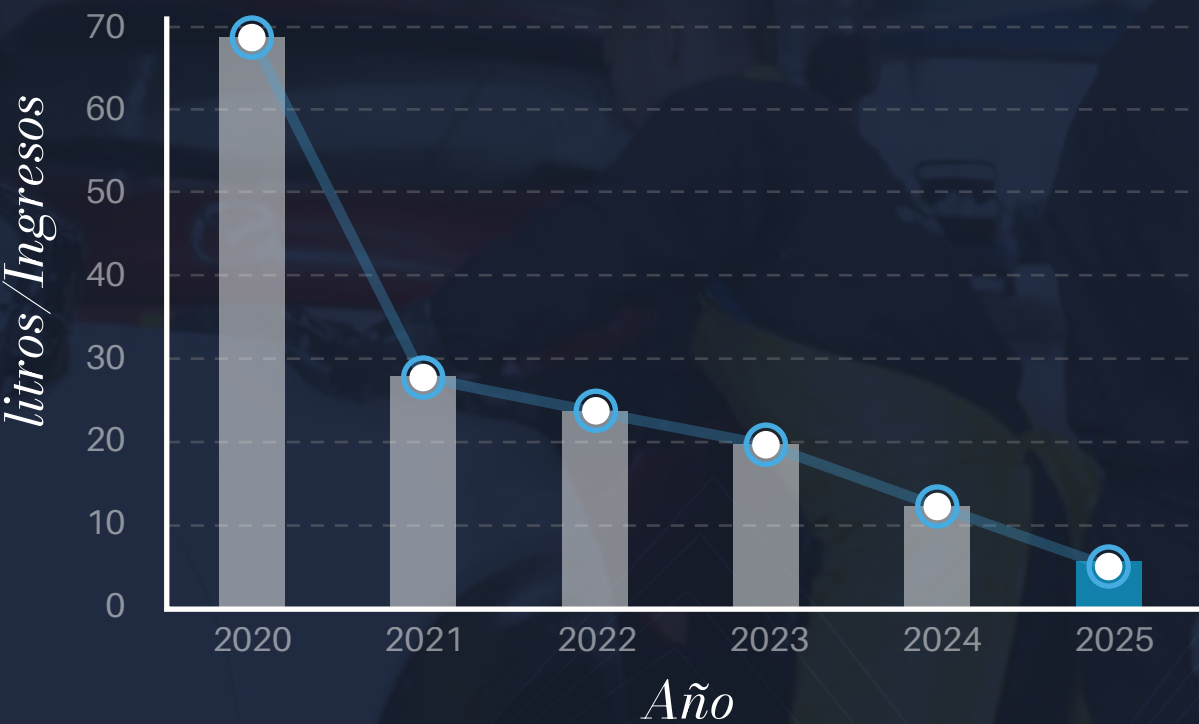


La operación de Motorysa ya tiene 50% de recirculación de agua, muy cercano a la meta establecida para 2035 de 60%.

Gracias al avance en las estrategias implementadas, Motorysa ha logrado reducir el consumo de agua de forma significativa desde el primer año de referencia 2020, un año en el cual sus operaciones se limitaron por los cierres y confinamientos:

Intensidad del consumo de agua en litros por ingresos

Evolución Histórica





Gracias al avance en las estrategias de sostenibilidad, la **Compañía ahora consume menos agua al operar,**

56%
menos que
en 2024.

Para generar
**\$1 millón
de pesos**

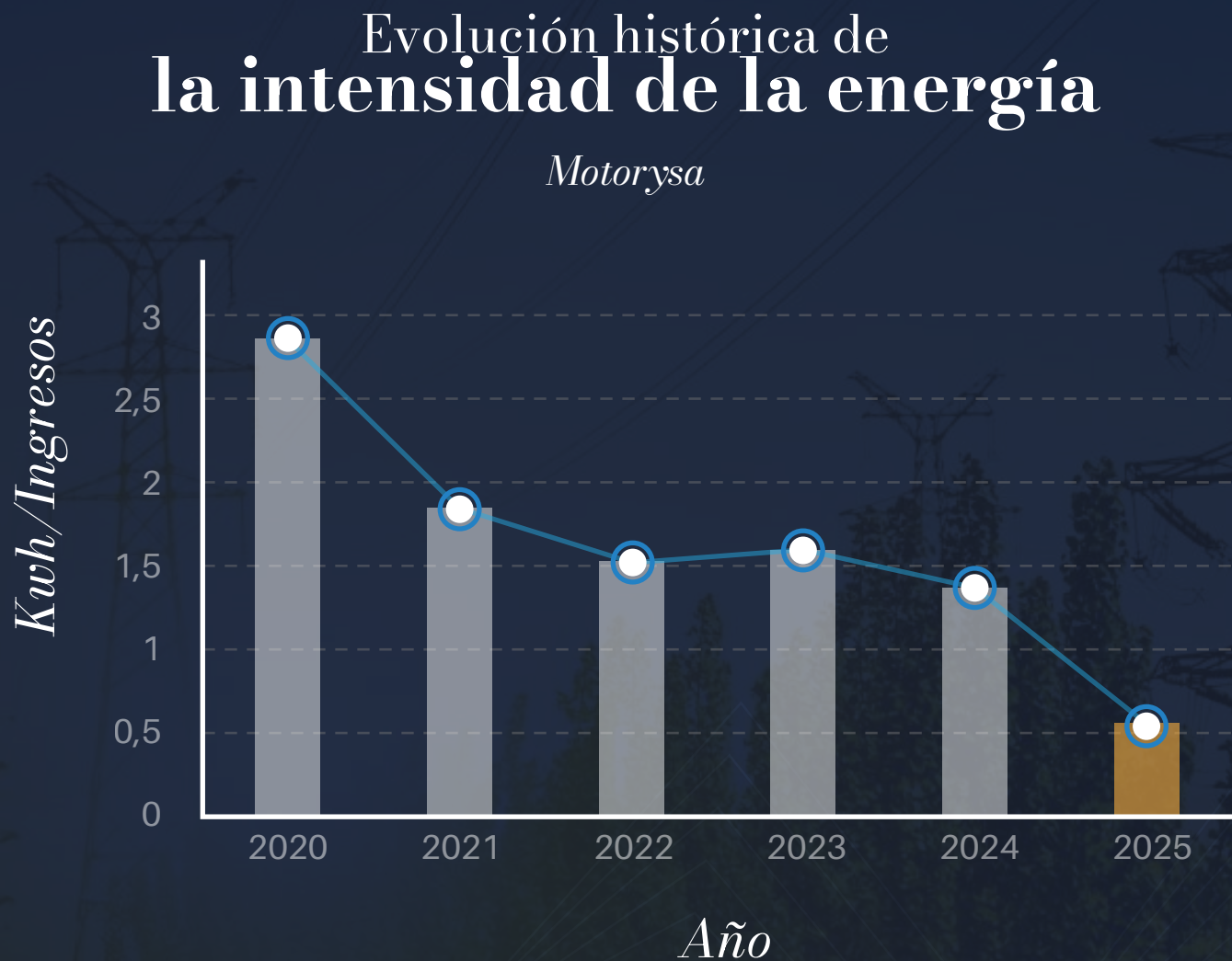


consume hoy
6 litros de agua,

en 2020
consumía 70 litros.

6.4. GESTIÓN DE LA ENERGÍA

Esta misma tendencia a la baja, se observa en el consumo de energía:





La Compañía ahora consume
menos energía al operar,
22% *menos que en 2024.* y **61%** *que en el año base 2020.*

Para generar
\$1 millón
de pesos

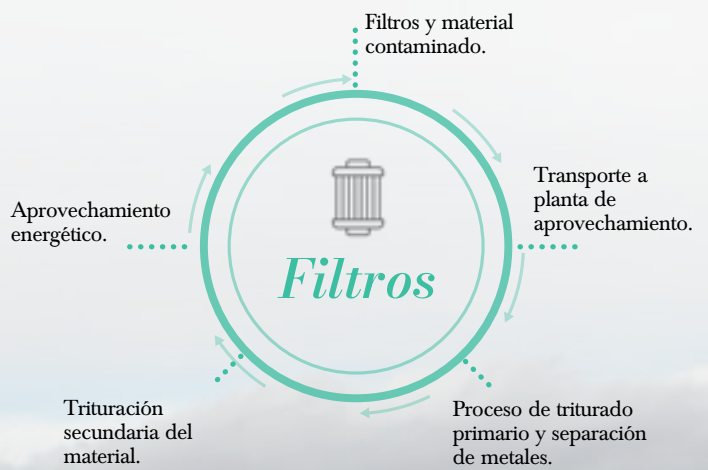
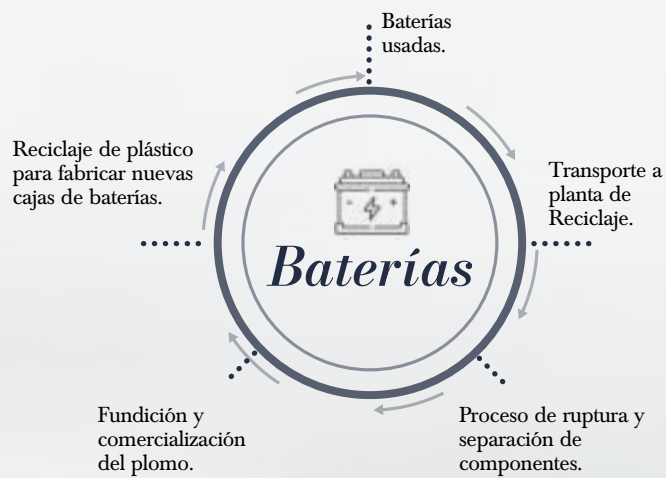
consume hoy
1,06 kw/h,
en 2020
consumía 2,7 kw/h.



6.5. GESTIÓN DE RESIDUOS

La gestión de residuos en la empresa trasciende el cumplimiento normativo para enfocarse en la creación de valor. A través de la colaboración y el trabajo coordinado con gestores certificados, se asegura una disposición final responsable, priorizando el aprovechamiento sobre la eliminación. Actualmente, la optimización de estos procesos permite que el 83% de los residuos generados en la operación sean reincorporados a los ciclos productivos, reduciendo la presión sobre los ecosistemas y alineando nuestra operación con los más altos estándares de sostenibilidad, algunos ejemplos son:





Personas



7. PERSONAS

GRI 3-3 c, d, e, f, 205-1, 205-2, 2-7, 202-2, 402-1, 404-1, 404-2, 404-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 403-10

CO-1, CO-2, CO-3, CO-4, CO-5, CO-6, CO-7, CO-8

CG-MR-310a, TR-AU-310a, CG-MR-310a

7.1. CLIENTES

Metas y objetivos



■ Objetivo estratégico

Ofrecer una experiencia memorable a los clientes.



■ Objetivo específico

Mejorar continuamente los procesos de cara al cliente.



■ Metas

Ingresos por canales digitales

> **50% a 2035**

Procesos digitalizados

> **80% a 2035**



Los clientes constituyen un grupo de interés prioritario y un eje estratégico del desarrollo, la operación y los procesos internos de la empresa. En este contexto, la experiencia del cliente es un componente esencial de la calidad de los bienes y servicios entregados, y un habilitador clave de la competitividad y la generación de valor a largo plazo.



Logros 2025

La Compañía decidió enfocar los esfuerzos en 2025 en **fortalecer la experiencia omnicanal del cliente, reduciendo la fragmentación entre canales, procesos y equipos, y avanzando hacia un modelo más integrado, digital y centrado en el cliente.** Este enfoque se desarrolló en el marco de la estrategia Movilizate, con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, elevar los niveles de satisfacción y sentar las bases para una relación de largo plazo con los clientes.

Durante el año, **se realizó el mapeo integral de la experiencia del cliente en los procesos de venta y posventa**, identificando brechas frente a la experiencia objetivo y priorizando iniciativas de cierre. Como resultado, se actualizaron los sitios web corporativos, se rediseñó la experiencia de pago online, y se desarrolló e implementó una herramienta centralizada de gestión de clientes, satisfacción y PQRs, que permite una atención más oportuna, trazable y consistente.

Adicionalmente, se fortalecieron los flujos digitales de seguimiento al proceso comercial, integrando canales físicos, digitales y telefónicos a través

del ecosistema ORBI, lo que permitió mejorar la visibilidad de las oportunidades, reducir reprocesos y disminuir la dependencia de gestiones manuales.

En paralelo, se avanzó en la modernización de documentos y piezas de interacción con clientes, asegurando coherencia visual, claridad en la información y una experiencia alineada con la propuesta de valor de la organización.

Como parte de este proceso, **se impulsó la digitalización y automatización de procesos de cara al cliente**, incorporando analítica de datos e inteligencia artificial en actividades como calificación de leads, encuestas de satisfacción y atención en canales de contacto, contribuyendo a una experiencia más ágil, estandarizada y escalable.

Resultados

■ **Productos y servicios a través de canales digitales por**
\$366 mil millones,
 los cuales representaron el **22% del total,**
meta >35% a 2030.

■ **Índice de satisfacción del cliente**
91%, — *meta*
> al 90%.

■ **Procesos digitalizados y automatizados**
67%

7.1.1. MERCADEO RESPONSABLE

La empresa cuenta con una estrategia de mercadeo responsable orientada a asegurar prácticas éticas y coherentes de comunicación.

Su objetivo es garantizar que los mensajes emitidos reflejen de manera fiel los bienes y servicios efectivamente entregados a los clientes. Así mismo, promueve una comunicación estratégica basada en criterios de transparencia, claridad y accesibilidad para todos.

En el 2025, la empresa no fue objeto de multas, sanciones o advertencias por incumplimiento de la normatividad vigente en materia de mercadeo y publicidad.



7.1.2. FOMENTO DE HABILIDADES

La compañía asumió un compromiso estratégico de contribuir de manera activa al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, a través de modelos de negocio que promueven una movilidad limpia, ecoeficiente y alineada con los desafíos sociales y ambientales actuales.



En este marco, se implementó un plan de fomento de habilidades orientado a involucrar a los clientes en la adopción de prácticas de movilidad más sostenibles y en el uso responsable de los productos y servicios ofrecidos por la organización. Entre las principales iniciativas desarrolladas se destacan:



Educación y sensibilización sobre movilidad sostenible, mediante contenidos digitales, asesoría comercial especializada y comunicaciones orientadas al uso de vehículos eléctricos, híbridos y tecnologías limpias.

Acompañamiento a clientes en la adopción de soluciones de electrificación, incluyendo orientación sobre infraestructura de carga, hábitos de uso eficiente y mantenimiento adecuado de vehículos eléctricos.

Promoción de servicios digitales y autoservicio, facilitando el acceso a información, pagos, trámites y servicios posventa de forma digital, reduciendo desplazamientos y consumo de recursos físicos.

Fomento de prácticas de uso eficiente del vehículo, a través de soluciones de telemetría y analítica que permiten optimizar recorridos, consumo energético y mantenimiento preventivo, especialmente en clientes corporativos y flotas.

Estas iniciativas contribuyen al desarrollo de capacidades en los clientes, fortalecen la relación de largo plazo y apoyan de manera directa los ODS 9 (Industria, Innovación e Infraestructura), 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles), 12 (Producción y Consumo Responsables) y 13 (Acción por el Clima).

7.2. COLABORADORES



*Nuestra Gente,
pilar fundamental
del desarrollo
sostenible*

Logros 2025

*En 2025 se lanzó
Conectados Contigo,*

una propuesta de valor diseñada para consolidar un portafolio estructurado de beneficios y oportunidades para los colaboradores, alineado con la estrategia corporativa Movilízate 25-27.

Esta iniciativa prioriza la formación, el desarrollo integral, el bienestar y la seguridad en el trabajo, asegurando las herramientas, el acompañamiento y las condiciones necesarias para fortalecer el desempeño profesional y el equilibrio personal, en coherencia con los objetivos estratégicos de la Organización.



Formación y Desarrollo

En 2025 se implementó una plataforma integral de formación con una oferta amplia de cursos virtuales orientados al fortalecimiento de competencias técnicas y habilidades blandas. Se complementó con programas especializados por línea de negocio y capacitación en herramientas digitales, impactando a

440
colaboradores.



La plataforma también soportó el proceso de evaluación de desempeño 2025.

Promociones

En coherencia con su estrategia de desarrollo interno y gestión del talento, la Compañía promovió a

46 colaboradores.
durante 2025,

fortaleciendo la movilidad interna y reafirmando su compromiso con el crecimiento profesional y la consolidación de capacidades estratégicas dentro de la Organización.

Clima Laboral

Con el objetivo de evaluar el ambiente laboral y fortalecer las condiciones organizacionales, se realizó la medición anual de clima, alcanzando una participación del 87% de la Compañía.

Los resultados constituyen un insumo estratégico para identificar fortalezas y oportunidades de mejora en la retención y compromiso del talento.

Tras su socialización con el equipo directivo, se definieron las iniciativas 2026 orientadas a mejorar los indicadores y consolidar una cultura organizacional de alto desempeño.

Beneficios

Se diseñó una oferta integral de beneficios con descuentos exclusivos para colaboradores y acompañamiento directo en la compra de vehículos a través de cada línea de ventas. Así mismo, se relanzó el programa *Bienestar con Sentido*,

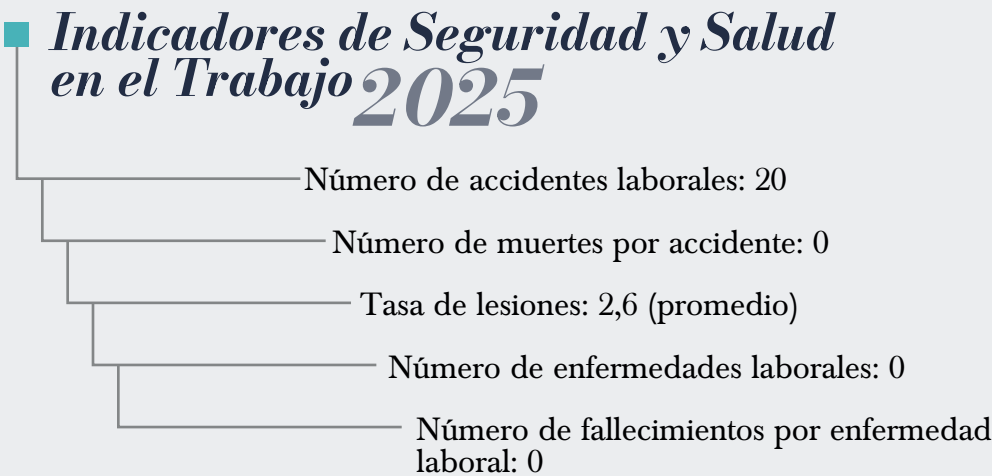
junto con la optimización de los beneficios mediante una nueva plataforma digital que mejora la experiencia, accesibilidad y gestión para los colaboradores:



Seguridad y Salud en el Trabajo

Desde el área de Seguridad y Salud en el Trabajo se fortaleció la gestión preventiva mediante formación práctica en campo enfocada en riesgos críticos y un acompañamiento más cercano a jefes y líderes de proceso. Se avanzó en la identificación sistemática de condiciones de seguridad con planes de acción definidos, responsables asignados y cronogramas de ejecución.

La implementación de la metodología 5S permitió realizar autoevaluaciones estructuradas por sede, priorizar brechas y cerrar la mayoría de las acciones al cierre de 2025, mejorando de manera tangible el orden, la seguridad, la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.



Retos para 2026

De cara a 2026, la Compañía dedicará sus esfuerzos a:

Conformar el equipo de embajadores de Gestión Humana:

Es una iniciativa que busca que colaboradores de diferentes áreas y sedes, se posicionen como embajadores, este rol es clave para fortalecer la comunicación, la cultura y la experiencia del colaborador en cada una de las sedes de la compañía.

Protocolo de bienvenida a nuevos colaboradores:

La estrategia busca acompañar a los nuevos trabajadores en su proceso de llegada a la organización, realizando una introducción de la cultura, la marca, el negocio y su rol, por medio de una sesión presencial con el equipo de gestión humana al momento de firmar su contrato.

Conociendo el negocio: Con el objetivo que las áreas de apoyo conozcan mejor las unidades de negocio, se habilitarán espacios mensuales liderados por los Gerentes de línea, que promuevan el sentido de pertenencia, la conexión y la comprensión del negocio.

Desarrollo del talento: Identificar y acompañar el desarrollo del talento dentro de la empresa, brindándoles oportunidades de formación, mentoría y exposición mediante la participación de proyectos, que fortalezcan sus habilidades de liderazgo, innovación y visión integral del negocio, garantizando una sólida línea de sucesión interna.



7.4. VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Jornada de siembra en el Bosque Motorysa BYD, ubicado en el corazón de Bogotá, en la que participaron trabajadores junto a sus familias.

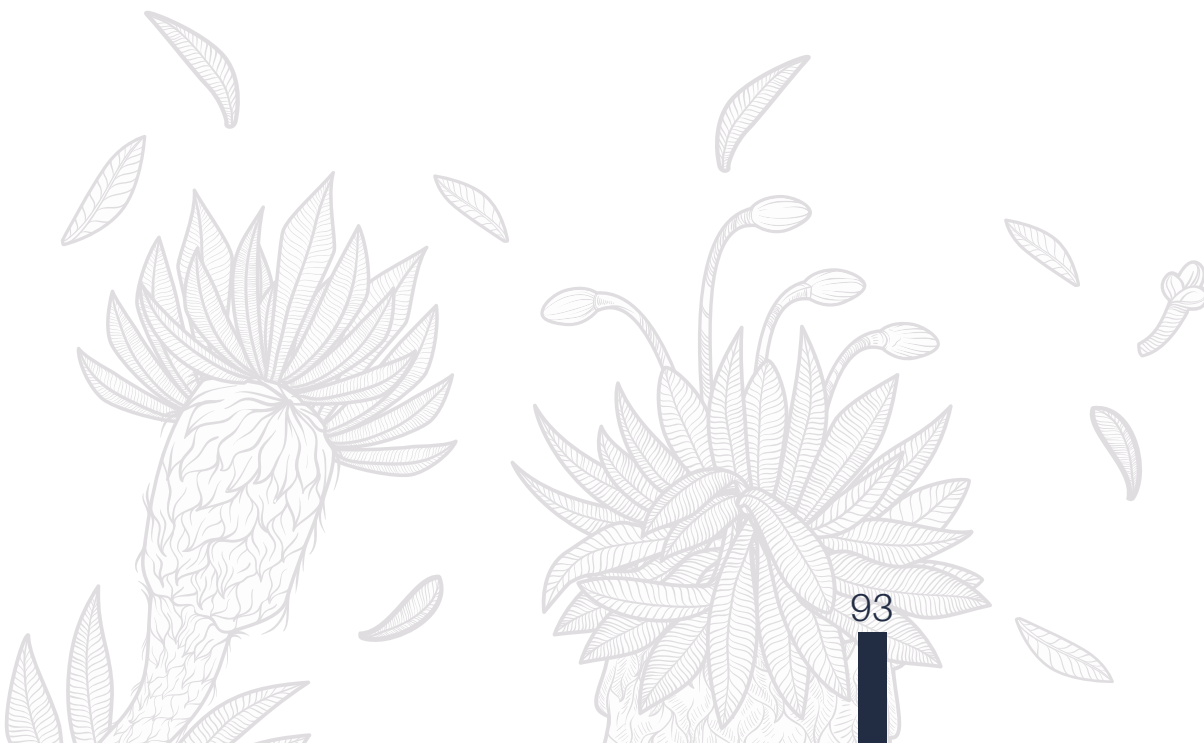


También se realizaron actividades de siembra con los clientes de Motorysa BYD

Bosque de frailejones **Motorysa Mitsubishi**



*Motorysa Mitsubishi decidió por cada unidad vendida, aportar **\$100.000** para la conservación de una reserva de frailejones cerca al páramo de Chingaza.*



8

Estados Financieros









An aerial photograph of a two-lane road winding through a dense, dark green forest. The road has white dashed lines for lane markings. A small dark car is visible in the upper right lane, and a white truck is in the lower left lane. A large, stylized, semi-transparent 'M' logo is centered over the road. The word 'Motorysa' is written in a bold, white, sans-serif font across the middle of the image, with a thick white horizontal line underneath it.

Motorysa