



**Local Conference Call
ALLOS S/A (ALS03)
Transcrição Resultados do 4T25
11 de março de 2026**

Operador: Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da **ALLOS** para discussão dos resultados referentes ao **4T25**.

Estão presentes hoje conosco os senhores **Rafael Sales**, Presidente; **Vicente Avellar**, Diretor de Operações; e a senhora **Daniella Guanabara**, Diretora Financeira e de Relações com Investidores.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para analistas e investidores, quando instruções adicionais serão fornecidas.

Esse evento também está sendo transmitido simultaneamente via *webcast*, podendo ser acessado no endereço ri.allos.co, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. O *replay* deste evento estará disponível logo após seu encerramento por um período de uma semana.

Gostaríamos de informar que perguntas só poderão ser feitas através do aplicativo Zoom. Caso você esteja conectado pelo *webcast*, sua pergunta deverá ser enviada diretamente para a equipe de RI pelo e-mail ri.allos.co.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Companhia, projeções e metas operacionais e financeiras constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho, elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da Companhia e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Rafael Sales, que dará início à apresentação. Por favor, Sr. Rafael pode prosseguir.



Rafael Sales:

Bom dia a todos. Muito obrigado pelo interesse dos nossos resultados. É um prazer estar aqui para apresentar o resultado do ano de 2025 que a Allos obteve, cheio de conquistas importantes.

Começo aqui pelo nosso principal destaque. Nós atingimos R\$ 42 bilhões em vendas em nossos shoppings próprios, o maior patamar da história das Companhias que deram origem à Allos. Isso representa um crescimento de 6,2% em relação a 2024. No 4T, nós tivemos R\$ 13 bilhões em vendas, uma alta de 5%, com destaque para segmentos de beleza, acessórios, joalherias. Também destaco aqui a região norte, que teve um crescimento de quase 8% no trimestre.

Outro ponto muito importante para a gente comentar são as vendas por metro quadrado, que atingiram mais de R\$ 2.500 por metro quadrado no 4T, o que representa o maior patamar desde a criação da Allos, 22% acima do que eram as vendas por metro quadrado das Companhias antes da fusão. Isso é um crescimento anual de quase 7%, o que mostra um ganho bem importante acima da inflação.

Com uma alta conversão dessas vendas em resultado, nosso NOI para o metro quadrado – outro indicador de eficiência operacional muito importante – também cresceu bastante, crescendo 35% em comparação com o que nós tínhamos em 2022, também antes da fusão, o que representa um CAGR de 10,5%, também crescimento expressivo acima da inflação. Essa performance evidencia os ganhos com sinergias comerciais e o fortalecimento do nosso portfólio ao longo desses anos.

Além disso, ampliamos nossa relevância no varejo. A Allos atingiu mais de 20% de *market share* em vendas em shopping centers no Brasil, um avanço importante em relação ao ano anterior e muito maior do que o percentual que nós temos em termos de áreas de shopping construídas no nosso país.

Agora, falando sobre o nosso resultado, continuamos a ter algum crescimento importante na receita. No 4T, nós crescemos 4,5% em receitas de locação, mas o *same-store rent* veio até maior, com 5,7%. No ano, nós crescemos aluguéis em 5% e 6,2% em *same-store rent*. Ambos os números acima da inflação.

O seguimento de mídia também continuou tendo um crescimento importante. A gente fechou o ano crescendo 20% e, no trimestre, crescemos 16,3%. O EBITDA do 4T acho que foi um dos principais destaques desse resultado, cresceu 7,5%, totalizou mais de R\$ 2 bilhões (quase 2 bilhões e 80 milhões de reais), ficando no meio do nosso *guidance*, com um crescimento de 7,5% total no ano. Esse crescimento de EBITDA reflete, além do crescimento da receita, os ganhos de eficiência que nós obtivemos, especialmente a partir do 3T, com o início do nosso projeto de simplificação de processos e estrutura da



Companhia. Com isso, combinando receitas crescentes e redução de despesas de SG&A, nós alcançamos a maior margem que a Companhia já teve em sua história, atingindo 79%.

O FFO somou R\$ 465 milhões no trimestre e o FFO por ação cresceu 4%, o que é um indicador importante de retorno para o nosso acionista. No ano, nós atingimos também um recorde de R\$ 1,3 bilhão em FFO, mesmo diante de um incrível patamar de juros mais alto desde 2014 – o maior juros que o país já teve e certamente prejudica o resultado das Companhias.

Agora, no slide 4, eu queria chamar a atenção para algumas entregas de expansões e melhorias que nós concluímos nos nossos shoppings nos últimos 12 meses. Eu destaco aqui importantes evoluções: A modernização da fachada do Shopping da Bahia e um redesenvolvimento também no mesmo shopping, que vai permitir um grande lançamento residencial de alto padrão em Salvador com uma parceira local muito forte na região; além disso, também destaco a expansão para a criação do novo parque gastronômico no Shopping Recife; e a inauguração da exploração do Parque Shopping Maceió, que todos, com muito sucesso comercial, já vão contribuir tanto para o resultado quanto para a ocupação desses nossos shoppings.

Esses projetos ampliam a dominância regional dos nossos ativos e melhoram de forma importante a experiência do nosso consumidor.

Assim, nós encerramos o ano passado com resultados muito bons, reforçando o valor do nosso portfólio, a força da operação e a capacidade da Allos de continuar crescendo com mais eficiência, inovando e gerando valor para os nossos acionistas, tanto em termos de crescimento de lucros quanto no aumento de pagamento de dividendos.

E agora eu passo a palavra para a Dani e eu vou estar de volta aqui na sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado.

Daniella Guanabara:

Obrigada, Rafael, e boa tarde a todos.

Seguindo no slide cinco, estamos fortalecendo o mix dos nossos shoppings, cada vez mais conectado aos desejos dos clientes. Isso se reflete na demanda por espaços. No 4T25, assinamos 288 novos contratos e encerramos o trimestre com 97,6% de ocupação, o maior índice desde a fusão em 2023. Entre as inaugurações, destacou a primeira loja full da H&M no Brasil, no Parque D. Pedro, em Campinas, e avançamos com duas novas unidades no Rio de Janeiro, com inaugurações previstas para 2026. Também trouxemos novas operações qualificadas como Le Jazz, NK Store e MAC Cosmetics.

Indo agora para o slide seis, falamos um pouco dos nossos indicadores operacionais. O custo de ocupação fechou em 9,9%, 20 bps acima do ano anterior, capturando as oportunidades de fechar novos contratos de aluguel e renovações com *leasing spreads* reais. A inadimplência líquida, por sua vez, foi impactada pelas recuperações de



inadimplência no período, fechando o trimestre em menos 1,6%, 40 bps abaixo do 4T24.

Seguindo para o próximo slide, falamos sobre o negócio de mídia, que segue como destaque de crescimento. Em 2025, a receita de mídia cresceu 20,2% em relação a 2024, representando 7,2% da receita bruta da Companhia, um avanço de 90 bps ano sobre ano. Esse desempenho reflete maior volume de negócios, impulsionado pelo fortalecimento das quatro verticais de atuação, que já conta com aeroportos desde o final de julho de 2025.

Agora, no próximo slide, falamos um pouco sobre como estamos avançando na agenda de redução em SG&A. Olhamos para dentro depois de uma integração muito bem-sucedida e identificamos algumas oportunidades que a gente entende que são importantes e já começamos a atacá-las. As oportunidades estão em otimizar processos, reduzir fluxos mais burocráticos e buscamos ser mais eficientes. Para isso, estamos implantando, desde o meio do ano, um programa de ganho de eficiência de curto, médio e longo prazo.

No curto prazo, a gente já executou medidas importantes nesses últimos trimestres, implementamos reduções de estrutura organizacional, com mudanças em processos que vão gerar resultados ainda mais significativos a partir do 1T26. Mas, como vocês podem ver, esse trimestre a gente já teve uma queda expressiva de 48% em termos reais em SG&A em comparação ao 4T22, trimestre imediatamente anterior à fusão. Esse é um processo gradativo, feito com muito cuidado, respeitando a cultura da Companhia e continuando a entregar uma execução de excelência, que é o nosso principal objetivo.

No próximo slide, nossa gestão financeira segue eficiente. A taxa média dos financiamentos da Companhia no trimestre foi de CDI +0,7%, resultado das diversas ações de gestão de passivos que realizamos em trimestres passados. O perfil da dívida é de 98,3% indexado ao CDI e 1,8% prefixado. Com a alavancagem de 1,7x dívida líquida EBITDA, que nos dá flexibilidade para estudar diferentes abordagens de alocação de capital, inclusive a maior remuneração aos acionistas prevista para o ano de 2026.

Antes de iniciarmos a sessão de perguntas e respostas, eu gostaria de listar as nossas projeções para o ano que vem. São elas: EBITDA entre R\$ 2.170 bilhões e R\$ 2.240 bilhões; dividendos mensais entre 0,28 e 0,30 centavos de real por ação, dos quais R\$ 432 milhões já foram pagos em 2026; CAPEX entre R\$ 350 milhões e R\$ 450 milhões; nos projetos multiuso, assinamos seis novos contratos, adicionando 17 torres e mais de 170 mil metros quadrados ao *pipeline*. Esses contratos somam R\$ 186 milhões em fluxo de caixa futuro, o que é mais que o dobro do que em 2024.

Com as novas assinaturas no 2S, revisamos nossa projeção total de fluxo de caixa desses projetos multiuso de R\$ 433 milhões para 539 milhões a serem recebidos entre 2026 e 2036.

Obrigado pelo interesse na Allos e agora seguiremos para a sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas



Operador: Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas apenas para investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor, cliquem no botão *levantar a mão*. Para retirar a pergunta da fila, por favor, cliquem no botão *abaixar a mão*.

Igor Altero, XP: Oi, pessoal. Bom dia, tudo bem? Dois pontos aqui do meu lado. Primeiro, entender qual cenário poderia fazer a Companhia revisar essa política de dividendo mais robusta que vocês anunciaram, de repente voltar a acelerar mais o ritmo de crescimento. Esse é o primeiro ponto.

E o outro é como é que está a cabeça de vocês com relação aos estudos para eventualmente se tornar um fundo imobiliário, entender um pouco o que vocês veem de ganho de eficiência aqui, do lado de desafios também. Então, são esses dois pontos. Obrigado.

Rafael Sales: Oi, Igor, bom dia. Obrigado pela pergunta. É o Rafa aqui. Primeiro, acho que o cenário que a gente anunciou de dividendos naquele momento lá no 3T, não mudou. A gente continuando com a Companhia num processo de desalavancagem constante porque a geração de caixa continua muito forte, a gente fez investimentos importantes e eles já estão ganhando resultado, então a Empresa desalavancaria. E o CAPEX que a gente tem projetado para esse ano já também já está dado, então a gente tem espaço para realavancar e continuar pagando os dividendos até o prazo que a gente previu e, certamente, temos espaço para continuar também pagando nos próximos anos em patamares similares por conta também desse efeito de gerar muito caixa, continuar desalavancado e os projetos até terem uma velocidade de implantação que não é tão alta, não consomem caixa de uma forma tão intensa.

Então, grandes projetos de expansão ou aquisições dependem de um cenário também de maior crescimento e, nesse cenário, certamente também a gente vai ter juros menores, a gente pode revisar também o tamanho da alavancagem, uma vez que a Companhia tem bastante espaço de alavancagem e não usa hoje porque é muito custoso, hoje o custo capital é muito alto para os nossos critérios. Então, a gente tem um custo de dívida relativamente baixo comparado com o preço de mercado, mas a base do juro é alta, então isso prejudica o retorno dos projetos e até também dificulta um pouco nossos próprios parceiros lojistas, que foram super bem, estão todos muito bem ocupados.

Então, essas expansões pontuais, esses projetos pontuais, estão dando muito certo e acaba sendo uma boa alocação de capital também, porque eles têm implantação mais rápida, coisa de seis meses a um ano e pouco, então são muito rápidos esses projetos e é para onde a gente vai destinar os investimentos de crescimento nesse momento, além da alocação de capital para o dividendo.

Sobre a ideia de fazer um fundo próprio, da FII, que algumas pessoas já vêm perguntando há algum tempo, essa ideia, para que ela seja tributariamente factível e interessante para a Companhia, ela faz sentido, mas tem que ser feita gradativamente para não ter um peso tributário muito grande. Além disso, também, a Companhia tem benefícios de ter um portfólio grande e robusto e bem dominante nos seus mercados.



Então, a ideia de fazer um fundo Allos, digamos assim, de investimento imobiliário, faz sentido porque a gente vai continuar tendo capacidade de gerir esses ativos e também de ter gestão sobre o *asset management* desses shoppings, desse fundo, o que é uma geração de receita adicional interessante. Então, isso faz sentido a gente continuar avaliando e no momento certo aproveitar, se houver oportunidade, de realmente ter um fundo nosso. Obrigado, Igor.

Igor Altero: Obrigado, bem claro, Rafa.

Ana Júlia Zerkowski, UBS: Oi, pessoal. Bom dia, obrigada pelo espaço aqui. A gente tem uma pergunta, primeiro, em relação ao Tijuca. Se vocês puderem atualizar a gente de como estão as apólices de seguros para o shopping, como tem sido a performance nesse 1T, se tem algum *update* em relação tanto aos danos, especificamente, como também em relação ao lucro cessante. E também se já tiverem alguma estimativa de CAPEX que possam compartilhar com a gente.

E uma segunda pergunta, mais um *follow-up* na questão de dividendo. A gente já tem esse *guidance* agora para 2026 e, assim, a gente queria só entender o que hoje impede vocês de já anunciarem o dividendo referente a 2027 também. Quando que a gente pode ver esse anúncio? Obrigada.

Daniella Guanabara: Ana Júlia, bom dia. Aqui é a Dani. Obrigada pela pergunta. Começando aqui pelo Tijuca, quando a gente pensa nos impactos financeiros, as nossas primeiras estimativas aqui estão apontando para uma redução do NOI do shopping no ano em cerca de 30% a 40%. A gente tem cobertura de seguro para os resultados dos shoppings e já estamos discutindo aqui com a seguradora.

No caso aqui quando a gente pensa nas obras de recuperação, a gente tem uma estimativa aqui por volta de uns R\$ 50 milhões. Isso também está coberto por seguro. Só lembrando que a dinâmica com o seguro, você geralmente adianta o valor para depois ter o ressarcimento.

E quando a gente fala aqui de dividendo, de maneira geral, a gente tem esse *guidance* anual, então a gente está reforçando aqui o *guidance* anual para 2026 e vamos soltar o *guidance* para 2027, mais para o final do ano. Então, seguindo aqui a nossa política normal.

Ana Júlia Zerkowski: Tá ótimo. Muito obrigada, gente. Bom dia.

Herman Lee, Bradesco BBI: Bom dia, Rafa, Dani. Obrigado pelo espaço. Só uma pergunta aqui do nosso lado, referente ao *guidance* de EBITDA para 2026, que vocês falaram que é algo entre 2.17 bilhões e 2.24 bilhões, isso implica um crescimento de cerca de 5% ou 8% ano contra ano. Seria legal se vocês puderem dar mais cor sobre as principais alavancas operacionais por trás desse crescimento. Se vai ser de *same-store rent*, ocupação, eficiência de custos ou talvez algum incremento de um mix de receitas, como mídia e multiuso. Então, seria legal ter alguma cor em relação a isso. Obrigado.



Rafael Sales: Obrigado, Herman. Acho que é uma ótima pergunta. O *guidance* de EBITDA tem esse *range* que a gente reportou, ele já considera que a gente vai ter um impacto do incidente do Shopping Tijuca, então isso é importante destacar. Também, claro, por conta do IGP-M mais pressionado, obviamente a gente não vai ter um crescimento da base de aluguel tão forte, então certamente a gente está esperando um crescimento acima de inflação por conta de um *same-store rent* melhor e de um carregamento de aluguéis dos últimos dois anos renegociados, revisados, combinado também com o crescimento de receitas adjacentes, que têm impactado de forma positiva aqui o nosso negócio.

Então, tem essa frente de receita e, conforme a gente reportou agora no 4T, uma margem melhor, a gente também deve ter essa captura de margens melhores ao longo de 26 também, permitindo que a gente tenha esse *range* amplo, que é, digamos, 4,5% a 8% de crescimento, que já leva em consideração esses impactos tanto de receita quanto de NOI e de EBITDA. Obrigado.

Herman Lee: Bastante claro, Rafa. Obrigado.

Mário Simplicio, Morgan Stanley: Bom dia, time Allos. Obrigado por tomar a minha pergunta. A minha pergunta é sobre o programa Simplifica, que foi mencionado nesse *call*. Vocês mencionaram objetivos de curto, médio e longo prazo, eu queria saber se vocês poderiam dar mais detalhes de quais seriam as metas em cada uma dessas etapas e também se vocês associam uma meta de margem EBITDA associada a esse programa. Qual seria a margem de longo prazo que vocês pensam que a Allos poderia alcançar? Obrigado.

Daniella Guanabara: Oi Mário, aqui é a Dani, tudo bem? Em relação a esse programa Simplifica, a gente fez um movimento mais forte ali em setembro e o programa ele deve ter um impacto mais relevante durante o ano de 2026. Ele envolve vários aspectos, como simplificação de processos, busca de eficiência por meio de sistemas mais eficazes que a gente consiga aumentar a produtividade. A gente está cascateando essas metas para as equipes, é uma cultura de simplificação que a gente está implementando na Companhia, mas a gente não está abrindo o detalhamento das metas nem a margem EBITDA.

A gente tem o *guidance* oficial de EBITDA, que dá esse crescimento de 5% a 8% que a gente comentou na resposta anterior.

Mário Simplicio: Ficou claro, obrigado.

Gustavo Cambaúva, BTG: Oi, pessoal, bom dia. Eu queria fazer duas perguntas também. Primeiro, um *follow-up* no que a Dani falou do projeto Simplifica aqui, é mais entender um pouco, eu entendo que às vezes vocês não querem dar nenhum *guidance* nem nada do tipo, mas eu entendo que muito do teu SG&A é muito inflacionado ao longo do tempo, muito custo pessoal, enfim, tem dissídio e tudo, mas eu queria entender se talvez, assim, dá pra gente pensar numa redução nominal aí do SG&A a partir desse patamar, que foi o que vocês entregaram no 4Q agora, que mostrou uma redução boa, mas se, além disso, dá para ter alguma redução nominal, ou se talvez é mais no sentido de não crescer em linha



com *top-line*, não sei, diluindo ao longo do tempo, talvez ficar *flat* nominal. Se tem alguma coisa aí dessa ordem de grandeza, se tem mais cortes grandes aí para virem para frente.

E a minha segunda pergunta é em relação a Helloo, que vocês mostraram até aqui uma evolução boa de receita ano contra ano e tem os contratos também de aeroporto, que acho que é bem relevante também, e isso se arrasta ao longo de 2026. Entender um pouquinho qual que é a perspectiva aqui. Quanto vocês imaginam que talvez isso pode representar da receita da Companhia? Até se vocês puderem falar um pouquinho de rentabilidade ali, de margem, se tem alguma coisa ali que pode ser feito também para melhorar na Helloo. Obrigado, bom dia.

Rafael Sales: Fala Cambaúva, tudo bem? Rafa aqui. Bom, vou falar sobre o projeto que você comentou. A gente, depois de três anos de integração, acho que se você olhar outros setores que você deve acompanhar aí com a turma, a integração de grandes fusões e grandes combinações de negócios são desafios importantes, são desafios que muitas vezes não dão certo. Então, acho que o mais importante é a gente olhar que após três anos da fusão das duas maiores empresas formando a maior no Brasil, depois de ter tido uma outra fusão em 2019, a gente chega com patamares operacionais muito fortes, muito robustos, que nos dão convicção de que a integração foi muito bem-feita.

Então, num negócio como o nosso, integrar a receita, conseguir fazer os desinvestimentos que nós fizemos, redimensionar o balanço, reduzir custos de dívida, isso é super importante por conta da margem alta que a gente tem. Então, os ganhos de sinergias e de evolução do nosso modo de operar tem a ver também com a gente operar a Companhia de um tamanho muito maior do que ela era antes e agora poder se apropriar desses ganhos de eficiência, reduzindo licenças de software, sabendo aproveitar melhor os recursos que a gente já tem, sabendo dimensionar melhor passagens, voos, hospedagens, estruturas, isso tudo é um aprendizado numa estrutura maior. Por isso que a gente fez com cautela, com cuidado, e por isso que o resultado veio de uma forma consistente, sem susto no *top-line*, sem susto na margem e com um grande ganho, de fato, agora de margem importante.

Agora, sobre *guidance* para este ano, eu acho que ter uma queda nominal este ano já é algo que pode ser esperado, sim, porque a gente já fez as implantações mais relevantes no 3T e no 4T. Daqui para frente, é um projeto de longo prazo, de sempre olhar para dentro, de revisar processos, de revisar contratos, principalmente questões de tecnologia, que a gente pode se alavancar em cima desses recursos e gerir a empresa de uma forma sempre cada vez mais eficiente.

Agora, no ano de 26, você pode esperar queda, sim, e daqui a pouco a gente vai sempre trabalhar para crescer despesa menos do que o *top-line*, que eu acho que é a forma mais saudável de colocar a Companhia.

Agora, em relação ao Helloo, eu vou passar para o Vicente falar um pouco sobre como está o *top-line*, a operação e como está o *ramp-up*, mas antes, eu acho importante, a gente vai construir um *report* de Helloo ainda para reportar este ano, especialmente depois que já tiver o *ramp-up* dos contratos dos aeroportos e a gente já estiver rodando com exclusividade



em Congonhas, porque ainda tinham alguns contratos sendo encerrados. Então, com isso tudo, a gente vai conseguir ter o tamanho da Empresa com margem e etc. Dito isso, a margem de shopping, a margem de NOI, é uma margem muito alta, como vocês sabem, porque é um *business* de capital intensivo, enquanto o *business* de serviços tem margens menores, porque são business com custo intensivo, despesa intensiva. São características naturais de negócios diferentes.

Então, é natural que as margens sejam diferentes, porque o retorno sobre o capital também é diferente, tá bom? Eu vou pedir para o Vicente falar um pouco.

Vicente Avellar: Cambaúva, a gente está seguindo com uma expectativa positiva de crescimento de *top-line* na Helloo, com uma expectativa muito parecida com o que a gente entregou esse ano. Como você viu, a gente cresceu quase 1 p.p. na participação do *business* de mídia em cima da receita da Companhia, então esse ano a gente ainda tem sete aeroportos para incorporar no contrato com a Aena, dentre eles, Uberlândia, que é um aeroporto importante para a gente, porque, como você sabe, a gente tem um shopping muito relevante na cidade de Uberlândia e relevante ali para a região.

Então, sempre que a gente vê essa sinergia entre o aeroporto e o shopping e também uma rede de elevadores residenciais, a gente tem um fortalecimento grande da nossa presença de mídia na região. Então, a nossa expectativa segue positiva de a gente seguir crescendo a participação de mídia dentro da receita bruta da Companhia para os próximos anos.

E, como o Rafa falou, sobre ponto de margem, à medida que esse negócio vai crescendo e a gente vai entrando em novas verticais, a tendência é que a gente fique com uma margem muito próxima da margem que esse setor costuma ter, naturalmente menor do que a margem de shopping, mas uma margem também bastante saudável até pelo mix de verticais que a gente trabalha, que são elevadores, shoppings e agora os aeroportos. Especialmente elevador e shopping, são verticais que têm uma margem muito boa dentro do *business* de *out-of-home*.

Gustavo Cambaúva: Tá ótimo, obrigado Rafa, Vicente, um bom-dia.

Kiefer Kennedy, Citi: Tudo bem, Rafa e time? Obrigado pela pergunta. Duas aqui bem rápidas. Vocês entregaram nesse trimestre um *same-store* de 3%, bem parecido com o número do 3T. Queria entender o que vocês estão esperando vendo, nesses primeiros meses, de expectativa para 26 dado o cenário de vendas como um todo?

E numa segunda pergunta, na questão da venda de ativos, a gente tem visto mais movimentações recentes em outros *players* do setor do que na Allos, apesar de vocês terem sido os mais ativos, desde a fusão já fizeram muita coisa, estão colhendo os frutos disso agora, mas eu queria entender um pouco desse cenário para 26. É claro que nesse patamar de juros atual é restritivo, esse ano tem eleição, o cenário macro dificulta muita coisa, mas a pergunta aqui é se ainda existe algum apetite para desinvestimento ou se já estão mais confortáveis com esse portfólio atual? São essas duas, de vendas e desinvestimento. Obrigado.



Daniella Guanabara: Oi Kiefer, aqui é a Dani. Tudo bem? Obrigada aí pelas tuas perguntas. Acho que os primeiros meses aqui do ano a gente teve um começo de ano forte, acelerando em relação ao final do ano. Fevereiro um pouco mais fraco, mas muito em relação a descasamento de feriado. O Carnaval caiu esse ano em fevereiro e a tendência é que a gente tenha uma recuperação disso em março. Então, acho que segue aí saudável, a gente teve um final de ano super positivo, com vendas crescendo 6% ano contra ano, estamos bem aqui posicionados.

Quando a gente fala aqui do cenário de venda de ativos para 2026, a gente tem um balanço super bem equilibrado, a gente não tem a necessidade de fazer nenhum desinvestimento rápido. Mas, tendo dito isso, é claro que a gente fica de olho aqui nas oportunidades e com a disciplina de capital que a gente sempre teve, sempre apresentou, se fizer sentido do ponto de vista de *valuation*, a gente vai avaliar.

Rafael Sales: Dani, só para complementar, isso vale tanto para investimentos quanto para desinvestimentos, também oportunidades de melhorar o portfólio, qualificar o portfólio, ou melhorar a participação em shoppings importantes, ou que a gente já tenha participação. Isso tudo faz sentido, especialmente considerando o *valuation*, as condições, tanto para a gente continuar fazendo alguns desinvestimentos, quanto para reinvestir, considerando que, como a gente falou antes, a gente tem bastante espaço no balanço e certamente as oportunidades de desinvestimento, se aparecerem, serão avaliadas com cuidado.

Kiefer Kennedy: Ótimo, obrigado.

Luis Wadt, Santander: Oi, bom dia. Aqui eu tenho duas perguntas com relação à reforma tributária. Eu acho que queria entender como é que estão indo as conversas com os lojistas do lado de vocês. Vocês veem algum tipo de lojista mais ou menos preparado? E, dado que provavelmente tem alguns ainda não muito preparados com essa reforma tributária, se lá no 1T27 vocês esperam talvez que alguns tenham uma surpresa com relação à nota, com um preço talvez mais elevado para pagar e se isso pode gerar algum *turnover* mais alto pontual no 1T27? Ou até, dentro do ponto de vista operacional, se vocês enxergam que isso pode gerar alguma inadimplência também mais pontual no 1T?

E a segunda pergunta é com relação ao shopping de Brasília. Ele voltou aqui no balanço de vocês. Queria entender um pouco melhor como é que foi essa estrutura dele voltando e se vocês enxergam talvez uma possibilidade de desinvestimento mais no curto prazo dele? Acho que são essas duas do meu lado.

Rafael Sales: Luis, sobre a reforma tributária, acho que é mais importante a gente fazer uma introdução aqui. Foram anos dessa discussão, a gente está falando da reforma do consumo, só para deixar claro, porque a reforma tributária da renda tem outro impacto na Companhia. A reforma tributária do consumo, do IBS, o IVA, a gente teve uma redução de alíquota muito importante, muito relevante, de 70%, acho que uma das maiores reduções entre todas as indústrias, porque a gente não tinha imposto, nem ISS, nem ICMS. Então, por conta desse argumento, os nossos lojistas vão ser menos impactados nessa linha do que qualquer outro setor produtivo nesse aspecto.



Então, em 2027 a gente deve ter um impacto de talvez 2% mais ou menos de passagem, que vai ser creditado para o lojista e não vejo que vai ser uma grande dificuldade.

Então, a informação mais importante que tem aqui é que a nossa alíquota teve uma redução muito grande e essa redução permite que esse impacto seja muito menos relevante para o nosso lojista porque não tinha ICMS nem ISS nessa cadeia, como não tem em vários lugares do mundo. Então, essa foi uma argumentação importante que a gente teve com o Congresso e foi por isso que está dessa forma.

Dito isso, a regulamentação e tudo ainda está acontecendo. Então, a gente pode ver algumas coisas que estão sendo discutidos ainda. Eu não vejo nenhum impacto de *turnover*, pelo contrário, a gente está vendo uma migração positiva de lojas cada vez mais e vendas cada vez mais para os shoppings de melhor qualidade, melhor performance, shoppings mais relevantes nos seus mercados. Então, na verdade, já está existindo essa tendência.

Além disso, no caso da reforma tributária, vale também destacar que a gente passa a poder se acreditar também nos investimentos, e isso é algo super importante porque é alinhado com os objetivos do nosso negócio, que é continuar preservando os ativos, investindo nos shoppings e cada vez desenvolvendo e melhorando a qualidade da experiência do consumidor. Então, a reforma nesse aspecto, a reforma do consumo é positiva pra gente.

Brasília, a gente, na verdade, recebeu um exercício de uma garantia, era um shopping que a gente tinha vendido 50%, a gente recebeu 90% do shopping em garantia, é um ativo que tem uma renda boa, é como se a gente tivesse recebido de volta com 15-16% *cap* por conta dessa garantia, e logo, logo, vai entrar no nosso *pipeline* de desinvestimentos porque ele é administrado por uma outra administradora e é um shopping menor, porém, num mercado muito bom e um mercado que é muito estável e dá bastante previsibilidade de renda.

Tá bom? Obrigado, Luiz.

Luis Wadt: Perfeito. Obrigado.

Victor Tápia, Bank of America: Oi, pessoal. Bom dia. Eu queria abordar aqui ainda o tema de dividendo e do *guidance*. O primeiro ponto é, quando a gente faz uma análise contábil em relação ao lucro acumulado, a gente vê um limite aí da questão do lucro acumulado em três anos, mais ou menos. Então, assim, a gente teve bastante conversa aí nas mesas com os investidores, com vocês, sobre dois possíveis fatores que ajudariam a contornar esse limite: Um é mais externo, estaria relacionado às vendas, que já foi bastante falado; e o outro seria mais interno, a fim de aumentar o quanto está acumulando de lucro.

Então, o primeiro ponto é saber se tem alguma novidade, se andaram em alguma análise, alguma conversa em relação a esse ponto mais interno?

E o outro ponto, também ainda aqui em relação ao *guidance*, CAPEX e tudo, a gente teve esse evento em janeiro do Tijuca, que também foi bastante discutido, a Dani já comentou



aí numa resposta sobre os 40-50 milhões que vão para a obra, mas tem seguro, vocês adiantam esse dinheiro, mas de alguma maneira tem o seguro. E aí assim, quando eu olho para o *guidance* de vocês, e considerando um CAPEX médio de R\$ 400 milhões, eu estou vendo mais ou menos 15% do NOI também usando todas as margens que foram reportadas no 4T. Se a gente tira esses 40-50 milhões desse CAPEX, estamos falando de 350. Como é que está a distribuição desse CAPEX que sobra para essas manutenções e revitalizações do resto dos ativos? Vocês podem abrir um pouco mais?

Acho que talvez depois do evento do Tijuca, vocês devem ter passado um tente fino, ativo-ativo, para entender como é que está. Então, era mais para entender essa quebra do CAPEX do ano, desses 350 que sobram tirando o Tijuca, aí não sei se acontece. Como é que isso está entre manutenção, revitalização e outras coisas aí?

Daniella Guanabara: Victor, Dani, obrigada pelas perguntas. Acho que em relação ao que a gente pode fazer aqui com o lucro contábil, acho que um dos pontos você já falou, é claro que dependendo das atividades, principalmente de desinvestimentos, se elas ocorrerem pela frente com um ganho, isso passa no lucro, então cria algum espaço. A gente vem fazendo um estudo para aumentar a vida útil dos ativos, acho que também é mais um ponto que a gente está trabalhando aqui internamente, e acho que vale também pensar em relação ao cenário macro, se a gente realmente tiver ao longo dos próximos anos uma redução na taxa de juros, isso obviamente ajuda aqui o resultado financeiro e ajuda ao *bottom line* também.

Então, a gente está bem ligado nesse tema e procurando aqui fazer o que é possível para aumentar aqui o reconhecimento de lucro quando a gente consegue.

Rafael Sales: Victor, falando aqui do CAPEX, acho que obviamente o caso do Tijuca é uma exceção, a gente espera receber o aluguel ou o seguro dentro do prazo comum nesse tipo de situação.

A gente tem investido, saímos de um investimento total das duas Companhias da casa de uns 800-900 milhões se a gente somasse as duas em 2021 e 2022, para um investimento menor no ano passado, na casa dos 500-600, e agora nesse patamar, também por conta da redução do potencial de crescimento. A gente inaugurou algumas expansões. Então, esses 350 não são apenas revitalizações, tem vários projetos específicos que adicionam novidades para o shopping, diversas obras de atualização, de modernização, que é o tamanho do CAPEX que a gente entende que é bom e razoável para o cenário atual de crescimento.

Mas isso, primeiro, conectando com a primeira pergunta, isso não limita a nossa capacidade de dividendo por conta da nossa baixa alavancagem. Então, uma coisa não limitaria a outra. E o CAPEX, do ponto de vista do caso específico, do incidente no shopping Tijuca, a gente identifica que houve um problema específico numa loja. Obviamente, a gente vai revisar práticas e análises, especialmente de fiscalizações e intervenções em algumas situações, mas não relacionadas à CAPEX nesse caso.



Então, o CAPEX continua, acho que nesse patamar, de uma forma bem razoável e sustentável, assim como o dividendo pelas razões que a Dani te explicou. Tendo um cenário de crescimento melhor, a gente pode voltar a investir mais, e a gente tem várias oportunidades de crescimento no nosso portfólio. Essa é a beleza de ter um portfólio diversificado em várias regiões, porque tem várias regiões, até vocês podem ver pelo resultado de vendas, crescendo muito, como o Norte, alguns shoppings até aqui no Rio crescendo bastante, outros shoppings no Centro-Oeste também.

Então, a gente tem diversas alternativas de expansão e crescimento caso a gente tenha um cenário mais positivo, tanto de custo-capital, quanto de disposição do lojista de crescer. Obrigado, Victor.

Victor Tápia: Tá legal. Posso fazer, na verdade, um *follow-up* em cada uma das questões aqui, na verdade? Então, assim, só para entender nessa parte dessa alavanca mais interna da vida útil dos ativos, dá para a gente esperar uma vida útil dos ativos maior em algum momento de curto prazo, esse ano, 1S e fica mais para o 2S?

E aí, Rafa, no ponto do CAPEX, entendi que isso não limita o dividendo. Acho que está claro, mas o meu ponto é, assim, existe um conforto grande do que está destinado para manutenção e revitalização dado que tem projetos de crescimento nesse CAPEX também? O que está destinado também para manutenção e revitalização é suficiente para não ser pego de surpresa, que nem foram no Tijuca?

Daniella Guanabara: Vamos lá, Victor, essa questão da vida útil dos ativos está mais aqui para o 2S desse ano.

Victor Tápia: Tá legal.

Rafael Sales: O CAPEX, Victor, como eu te expliquei, os shoppings estão atualizados, estão bem, a gente não tem eventos como esse acontecendo. A gente vê, foi realmente uma exceção, numa loja, dentro de uma operação que teve um problema específico dentro daquela loja. Então, não tem relação com o CAPEX.

Talvez a gente vá ter que avaliar outros aspectos da gestão, principalmente em transferências em lojas ou fiscalização, que podem ser práticas que a gente vá ter que evoluir a partir desse evento. Mas não tem relação com o CAPEX nesse caso.

Victor Tápia: Tá certo. Ficou claro. Obrigado. Bom dia, pessoal.

Elvis Credendio, Itáu BBA: Bom, de Rafa, Dani e time. Dois tópicos aqui do meu lado. O primeiro é de terrenos, que vocês assinaram 17 novas torres multiuso ao longo de 25 e até comentam que o fluxo de caixa desses projetos mais do que dobram do que vocês contrataram em 24. Então, eu queria entender o que ajudou a alavancar esse resultado no ano passado e entender se dá para repetir ou até melhorar essa performance em 26.

E quando a gente olha o *landbank* da Companhia, ele é muito grande. Olhando para os



próximos 10 anos, vocês já estão com uns 50 milhões mais ou menos para coletar de caixa por conta dessa iniciativa. Então, entender o quanto que dá para expandir, de fato, essa linha.

E a segunda pergunta é mais sobre *liability management*. Vocês fizeram uma emissão grande de R\$ 1 bilhão dívida anunciada ontem também, custo subir 100% do CDI. Então, olhando o custo médio de dívida de vocês, está ali CDI +0,7, que já é bom, mas queria saber se tem espaço para continuar melhorando isso ainda mais. É isso, valeu.

Rafael Sales: Obrigado, Elvis. Vamos lá. Sobre desenvolvimento de multiuso, a gente tem o objetivo de adensar a região dos nossos shoppings, qualificar, trazendo tanto residências quanto prédios comerciais, centros médicos, hospitais, e isso tudo tá acontecendo. A velocidade do lançamento é um pouquinho, na verdade, abaixo da que a gente gostaria. Então, apesar de ter sido um crescimento bom, os lançamentos acontecem numa velocidade menor por conta de todas as aprovações, que vocês conhecem bem como é que é o mercado imobiliário, o tempo para aprovação de terrenos e liberação de lançamentos, tanto de obras.

Então, ter um *backlog* de contratos assinados nos ajuda. Então, essa é a estratégia, de ter um *pipeline* forte que nos permita ter essa visibilidade para onde que a gente vai crescer tanto em residencial quanto no multiuso em geral.

A gente vai continuar tendo algum crescimento esse ano, mas depende muito, de fato, de como vai estar o setor de *home building* e de incorporação em geral nos mercados em que a gente está.

Então, o crescimento, a gente não está dando nenhum tipo de *guidance*. Acho que esse *guidance* de caixa esperado anual é um bom *guidance*, mas junto com isso também, o mais importante talvez até seja o efeito que isso tem na qualificação dos shoppings e da melhora potencial de crescimento de receita no longo prazo.

Passando para a Dani aqui a parte do balanço.

Daniella Guanabara: Oi Elvis, em relação a *liability management*, a gente já vem fazendo um processo bastante intenso desde que a gente fez a combinação de negócios, assim, esticando o prazo das dívidas e diminuindo o custo. A gente fica sempre avaliando as janelas de mercado, as oportunidades, para ver se a gente tem aí um bom momento para emitir.

Acho que só vale reforçar que essa dívida que a gente anunciou ontem, ela está em processo de emissão. Ela ainda não está concluída, mas a gente sempre fica procurando oportunidades e, é o que você falou, a gente já está com um custo de dívida bastante baixo no balanço e vamos continuar fazendo a gestão que a gente tem feito aqui desde o início da combinação.

Elvis Credendio: Ótimo Rafa e Dani, obrigado, bom dia.



Rafael Sales: Obrigado.

Jonathan Coutras, JP Morgan: Oi, bom dia, Rafa, Dani e time. Tinha apenas uma pergunta do meu lado, mais um *update* nos *leasing spreads* que vocês estão vendo nos contratos assinados recentemente. Foram 288 no trimestre, essa é só de novo acima da inflação, como nos trimestres anteriores, então a tendência parece ser positiva, mas qualquer cor adicional será bem-vinda. Obrigado, bom dia.

Daniella Guanabara: Oi, Jonathan, tudo bem? A gente tem visto aqui *leasing spreads* aqui na casa de perto de 20% nos últimos 12 meses. A gente tem tido uma boa performance aqui de *same-store rent* e, com a boa performance dos nossos lojistas em venda, a gente está vendo aqui espaço no custo de ocupação que permite que a gente ainda consiga crescer aqui o *same-store rent* acima dos nossos patamares de *same-store sales*.

Jonathan Coutras: Perfeito, obrigada.

Operador: Senhoras e senhores, lembrando que para fazer uma pergunta basta clicar no botão *levantar a mão*. Por favor, aguardem enquanto coletamos perguntas.

Não havendo novas perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Rafael Sales para as considerações finais. Por favor, Sr. Rafael, pode prosseguir.

Rafael Sales: Muito obrigado a todos pelo interesse na Companhia e nos nossos resultados. A gente continua aqui à disposição para responder outras dúvidas que vocês tenham. O time de RI está esperando aqui qualquer contato. Muito obrigado e até o próximo *quarter*. Um abraço!

Operador: Obrigado. A teleconferência dos resultados do 4T25 da Allos está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia.