

Operador:

Bom dia, e sejam muito bem-vindos à teleconferência de resultados do quarto trimestre de 2025 da Estapar.

Informamos que esta teleconferência está sendo gravada e que o conteúdo ficará disponível no site de relações com investidores da companhia em ri.estapar.com.br, onde também é possível acessar o material completo da divulgação de resultados.

A apresentação utilizada hoje pode ser baixada pelo ícone de chat, inclusive na versão em inglês. Para aqueles que desejem a tradução simultânea, essa funcionalidade está disponível na plataforma. Basta clicar no botão "Interpretation" e selecionar o idioma de sua preferência, português ou inglês. Quem estiver acompanhando inglês, pode silenciar o áudio original clicando em "*Mute Original Audio*".

Durante a apresentação da companhia, os microfones dos participantes permanecerão desativados. Ao final, abriremos a seção de perguntas e respostas. Para participar, clique no ícone Q&A na parte inferior da tela e envie sua pergunta por escrito para entrar na fila.

Gostaríamos de lembrar que as informações contidas nesta apresentação, assim como eventuais declarações feitas durante esta teleconferência, relacionadas a expectativas de negócios, projeções ou metas operacionais e financeiras da Estapar, baseiam-se em crenças e premissas da administração, bem como em informações atualmente disponíveis. Essas declarações não constituem garantia de desempenho futuro, pois envolvem riscos e incertezas relacionados a eventos futuros que podem ou não ocorrer. Condições econômicas gerais de mercado ou fatores operacionais podem afetar o desempenho da companhia e fazer com que resultados reais se diferenciem de forma relevante das expectativas aqui expressas.

Hoje contamos com a presença dos executivos Emilio Sanches, CEO, e Daniel Soraggi, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores. Agora passo a palavra ao senhor Emilio Sanches, que iniciará a apresentação dos resultados.

Emílio Sanches:

Obrigado, Tomás. Primeiramente, bom dia. Agradecer a presença de todos nesse nosso call de resultados. O nosso call, o último do ano, 2025. Tivemos um ano bem importante para a companhia, que a gente veio falando nos últimos anos aqui dentro, do trabalho que todos estamos fazendo. E a gente vai falar bastante, o Daniel, dos números, acho que todos já devem estar acompanhando o que a gente fez durante o ano. A gente vai encerrar aqui agora essa apresentação desse ano aqui, trazendo as novidades, as últimas novidades, os nossos números, felizes porque a gente vem

alcançando até aqui, sabendo que tem muito o que fazer. Mas vamos passar aqui, depois a gente faz um resumo geral no final para todos e o que a gente até espera em 2026.

Indo já lá para a página cinco, vamos já entrar nos destaques desse ano, a gente vai falar um pouco do trimestre finalizando o ano. A gente, esse último trimestre, o quarto tri, fizemos praticamente R\$ 500 milhões de receita líquida, foi o recorde do trimestre, fechando o ano com R\$ 1,9 bilhões. Um crescimento forte em relação a 2024, trimestre a trimestre a gente vem crescendo de uma maneira consistente, seja no *same-store sales*, seja nos novos negócios, nos produtos digitais, tantos nos produtos *off-street*, que são as operações de estacionamentos tradicionais, assim como o estacionamento de zona azul, que nós estamos presentes em diversas cidades. Então, a receita, o top line foi muito forte.

O nosso EBITDA manteve-se nesse crescimento, muito *pari passu* com a receita, também mais de 18% de crescimento de EBITDA. Tínhamos uma meta de tentar chegar aos R\$ 350 milhões, chegamos próximos, R\$ 348,8 milhões, mantendo a margem EBITDA, isso é um ponto muito importante que a gente vem fazendo. A gente não quer perder margem, a gente vem crescendo, estabilizando, mantendo a margem de 18,6%, porque é uma margem boa de EBITDA, é um crescimento de quase 20% em relação a 2024, então cresce a receita, cresce o EBITDA, o que é importante.

Mais para frente o Daniel vai falar dos outros indicadores, até chegando na lucratividade da empresa, que é o próximo ponto aqui, a gente vem falando ao longo desses anos que empresa boa é aquela que dá lucro, então a gente, fala que hoje a Estapar é uma empresa boa, trabalhando para ser cada vez melhor, atingimos um lucro líquido de R\$ 14 milhões, uma reversão de prejuízo, se a gente voltar lá atrás, que a gente chegou a fazer de 160 milhões de prejuízos, isso há quatro anos atrás, e agora tornar a empresa lucrativa é um dado muito importante, fruto de todas as ações que todos os colaboradores, não só aqui do management, mas também lá na ponta da garagem, a eficiência operacional que a gente vem fazendo, está dando resultado não só aqui para Estapar, por motivos óbvios, mas também o contratante acaba gerando mais resultado, e aí a gente vê também a facilidade que está tendo para renovar os contratos, para ganhar novos contratos, que a gente vai falar mais adiante, então tivemos um ano realmente vencedor. Temos muito o que fazer ainda, A nossa régua aqui é muito alta, mas estamos super no caminho certo.

Na parte de, quando a gente vem entregando o resultado, os nossos credores, diga-se, os bancos que sempre nos apoiaram, continuam. Então, em 2025, tivemos uma eficiência liderada pelo Daniel na área financeira aqui dentro, a gente vem reduzindo o nosso custo da dívida. Chegamos agora na média do ano do CDI mais 1,6%, lembrando lá atrás, 2021, 2020, 2021, 2022, até 2023, a gente estava falando de CDI mais 4,5%; 4%; 3,5%; agora CDI mais 1,6%, ou seja, mérito dos resultados que vêm facilitando e o apoio de todos os credores nossos, com uma dívida líquida estabilizada nos últimos anos, o que é bom.

Não podemos deixar de valorizar cada vez mais nossa área comercial, tivemos um ano recorde de aberturas de novas operações, então não é fácil abrir mais de 100 operações no ano, então, é um esforço que vai desde a nossa área comercial, mas depois tem a implantação com a área operacional, o time de *backoffice*, para fazer essa máquina girar. Então, chegamos a 827 operações, correndo forte para a nossa marca de mil. A gente fez um desafio interno aqui de cada vez mais crescer, temos um mercado pujante, temos um mercado que cada vez mais escolhe Estapar, gosta da Estapar como operador de estacionamento, então a gente vê com bons olhos que teremos nos próximos anos novidades para dizer, contratos importantes que vai cada vez mais nos alavancarmos aqui, tanto em número de operações, mas também como resultado. E mantendo o *churn* muito baixo. Então, quando o *churn* é baixo, lembrando que o *churn* é uma média que a gente faz aqui de perda de margem em relação ao ano anterior, a gente não só precisa ganhar os novos contratos, mas também renovar os contratos que estão na nossa base. Às vezes é mais importante renovar do que esse contrato novo. Então, a gente conseguiu não só ganhar os novos contratos, mas como renovar praticamente quase todos os contratos que estão sob nossa gestão. O índice de renovação de mais de 99%, quase. Então, isso é muito importante para a gente.

E o que a gente vem falando com todos aqui, que a gente vem investindo bastante, não só apenas financeiramente, mas como estratégia, como apoio de todas as áreas, que é a nossa estratégia digital e da parte de eletromobilidade. O Digital vem crescendo, as receitas advindas do Digital, que é o nosso aplicativo Zul+, cresceu praticamente quase 20% ano contra ano. É um crescimento importante, não muito grande, mas aquele crescimento que a gente fala aqui internamente que é sempre sustentável. Apesar de ser digital, aquela pegada startup, a gente sempre toma cuidado para não gastar mais do que o necessário. Então, a gente vem crescendo de uma maneira consistente, cada vez mais usuários usando o nosso aplicativo e gerando receita, consumindo outros produtos. e representou esse ano mais de 35 milhões de receitas que vêm de produtos digitais da empresa. Estratégia certa, crescimento certo. Então, de uma maneira geral, quando a gente olha resultado top line, quando a gente olha o *bottom line* da empresa, o crescimento, margens, a empresa realmente teve um ano muito saudável e nossa expectativa é manter esse crescimento, manter esse ritmo para os próximos anos, principalmente agora em 2026, que é um ano que é um ano que nós temos eleições, temos Copa do Mundo, mas a gente mantém o nosso otimismo aqui, a nossa eficiência, mantendo essa pegada que a gente vem fazendo nos últimos anos.

Avançando para a página 6, é o famoso: “exemplos que a gente vem dando das operações de *Off Street*”. Mas aqui a gente está trazendo os *Off Street* que a gente ganhou nesse último trimestre. Então a gente faz um apanhado das 107 operações, foram 35 operações em três meses que nós inauguramos, mais de dez por mês. E são, vamos dizer assim, ativos importantes, a gente trouxe alguns, não quer dizer que são os mais importantes, mas são alguns exemplos, por exemplo, o Shopping Aricanduva, que é o maior shopping da América Latina, escolheu Estapar para ser

operador, então ficamos felizes com isso e junto com o Shopping Aricanduva, veio o shopping do mesmo grupo controlador, que é o Shopping de Ribeirão Preto, um dos maiores também do interior de São Paulo, então dois grandes ativos, mais de 12 mil vagas juntando os dois shoppings, ficamos extremamente felizes pela nossa escolha, o contratante está feliz, muito próximo deles, então a gente vem cada vez mais crescendo os números de shopping centers, muito importante para a gente. Goiânia, então a gente já falou nos trimestres anteriores, o crescimento aqui na região, um centro de convenções. Voltamos forte para Goiânia, temos mais quase aproximadamente 15 operações. Dois anos atrás não tínhamos nada, então fortes em Goiânia. Também fomos escolhidos pelo clube Beyond. Então, para quem não conhece, o Beyond é um dos clubes que estão *hypados* aqui em São Paulo, clube de surf também estamos lá. São quase 600 vagas que vão estar disponíveis para os associados, estão felizes de um novo clube escolher Estapar como operador. O Shopping Jardim Norte, em Minas Gerais, é um shopping importante na região, e a região do Mato Grosso, não só Mato Grosso, mas Mato Grosso do Sul também, mas o exemplo aqui de Cuiabá, ganhamos hospital, entramos forte, vamos falar mais para frente, no Mato Grosso, tanto em Cuiabá como Mato Grosso do Sul. Em Campo Grande, tendo operações importantes que a gente vem fazendo lá. Então, saindo um pouco do eixo Sudeste, Sul, que nós somos muito Fortes, mas indo para Norte, Nordeste e agora cada vez mais para o Centro-Oeste, a gente vê que são mercados que estão recebendo muito bem a Estapar. A gente vem crescendo e vendo uma grande alavanca de crescimento para a companhia em 2026, 2027, e assim por diante.

Indo para a página 7, a gente vem falando das inaugurações por ano, a estratégia que foi adotada na companhia nos últimos anos de fortalecer nossa área comercial, liderada de uma maneira brilhante pelo Murilo, que está à frente. Então, foram mais de 100 inaugurações, um recorde histórico de número de operações abertas na companhia. A gente vinha nesse *pace* aí de, na média de 70, 80 operações nos últimos anos. E se a gente voltar lá em 2019, até antes da pandemia, que a gente tem aquela barrigada, 2020/2021 de pandemia, em 2019 a gente abriu 56 operações. Foi um ano importante para a companhia, 2019, foi o ano que antecedeu nosso IPO, a gente já vinha trabalhando em 2019 para acontecer em 2020, aconteceu mesmo na pandemia, mas a gente já estava com a empresa, em 2019, podemos dizer, estabilizada. E agora, olhando lá atrás, a gente quase que dobrou o número de aberturas em relação a 2019. Então, um ano importante, 2025, com mais de 100 operações, a gente espera manter esse *pace* nesse próximo ano e também o número de vagas. Então, atingindo quase 50 mil novas vagas aqui na companhia. É um número importante que nós estamos realmente muito felizes. Um parabéns especial para a área comercial da empresa, para a área de operações, porque não basta só ganhar, tem que implantar e operar. Então, vamos dizer assim, que a gente fala que os números aqui da empresa, quando a gente põe as metas na frente, e consegue alcançar, é mérito de todos.

E a expansão que a gente vem fazendo. Então, muitos perguntam para a gente, é Norte, é São Paulo, é Rio de Janeiro? A gente vem crescendo cada vez mais, a gente colocou aqui, no Norte e Nordeste, são 26 operações abertas durante o ano, muito

forte, que a gente vem crescendo no Brasil inteiro. Então, a gente está satisfeito com esse crescimento, Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste, 50 operações, mercado do Sudeste, São Paulo, Rio de Janeiro, BH, Espírito Santo, é um mercado muito forte aqui, tradicionalmente para a gente, o Sul também. Então, novas cidades que a gente entrou, lugares que nós não estávamos, como eu falei anteriormente, a região tanto do Mato Grosso como Mato Grosso do Sul, Cuiabá, Campo Grande, cidades aqui próximas dentro de São Paulo, Ribeirão Preto. Essa operação do Shopping de Ribeirão Preto foi a primeira operação que nós abrimos em Ribeirão Preto, o interior grande de São Paulo, mas para ver que não estamos em todas as cidades, e aí logo depois que a gente abriu o Shopping de Ribeirão Preto, a gente conseguiu fazer uma aproximação e também levamos o maior hospital de Ribeirão Preto, que a gente inaugurou agora o primeiro trimestre de 2026, que a gente vai falar nos próximos calls, mais uma informação de um crescimento importante, que a gente começa a entrar em mercados que nós não estávamos. Isso nos dá uma capilaridade cada vez maior e uma oportunidade cada vez maior de crescer. Então, a gente continua nesse *pace* de crescimento e felizes.

A página 9 é a nossa estratégia digital, que vem crescendo cada vez mais aqui dentro, então cada vez mais pessoas baixando o app Zul+, seja para usar numa operação da Estapar, fazer o pagamento do ticket, que é o nosso, vamos dizer assim, é o mínimo de serviços que a gente oferece, ou fazer uma reserva de vaga em uma das inúmeras arenas, aeroportos que a gente tem. E avançando cada vez mais os produtos digitais, com o Zona Azul, que já é uma tradição, os outros produtos que são seguros, que a gente vem crescendo, a parte de seguros aqui dentro, agora consórcios, muito forte, débitos veiculares, que é um motor muito grande de crescimento. A gente alcançou a receita líquida dentro dos aplicativos de 35 milhões de reais nos produtos digitais, foram mais de 60 milhões de transações no aplicativo, então mostra robustez, não só no *front*, mas também no *back*, de sustentar esse crescimento. Então, o *match* de toda a área de tecnologia da Estapar é muito forte, uma quantidade de pessoas liderada pelo Liberato e no front aqui de produtos, tanto o Heitor como o Brunetta estão fazendo um trabalho muito exemplar e assertivo. E, hoje, as plataformas digitais da empresa já representam quase 22% da receita da empresa, já vem através do nosso aplicativo. Então, é um crescimento que a gente mantém de uma maneira sustentável e com uma entrega, com receita, buscando sempre a lucratividade. Então, a gente investe, mas sempre buscando margem, a gente não trabalha para investir dinheiro, para perder, para pensar em três, quatro, cinco anos, não. Então, por isso que esse crescimento passa a ser sustentável para a empresa.

Página 10 é um dos exemplos, que a gente lançou agora no último trimestre. É a nossa parte de digitalização dos produtos *off-street* para dentro do aplicativo. O que se quer dizer isso? Então cada vez mais a gente quer que os clientes que utilizam hoje a Estapar, eles passem a usar o aplicativo Zul+. E uma das frentes que a gente veio trabalhando durante o ano e começa agora o rollout, que começa a fazer garagem a garagem, é o produto mensalista digital, que a gente quer que todos os mensalistas da Estapar, que nós estamos falando de mais de 100 mil, mensalistas que utilizam

mensalmente a Estapar e usam uma credencial, usam o leitor da placa de carro para adentrar a nossa garagem, ele estará cadastrado no nosso app e através do nosso app ele vai poder fazer a forma de pagamento, escolher a garagem que ele quer ser mensalista. Parece uma coisa simples, uma coisa meio óbvia, mas quando a gente fala de 800 e poucas operações espalhadas pelo Brasil inteiro, com diversas tecnologias, diversas culturas, diversos tipos de clientes, não é uma tarefa plug-in-play. Então, a gente vem fazendo esse rollout, começando, temos mais de 20 mil mensalistas já utilizando esse serviço e a gente acredita que futuramente esses clientes começam a utilizar também, beber dos produtos digitais dessa parte. É um ano de rollout, é um ano que vão vir outros produtos que serão lançados e a gente vem falando aqui, mas o Mensalista Digital foi um que a gente começou a lançar agora no último trimestre e ele vem fazendo bastante sucesso.

E por último aqui, antes de passar para o Daniel, para a gente entrar mais profundamente com o resultado financeiro, a nossa investida aqui a Zletric, a gente vem crescendo, quase 50% de receita. Falando um pouco em relação ao Zul+ que eu falei, que a gente vai naquele *pace* de investir, retorno, investimento, retorno, não só fazer investimento, esperar o retorno vir um dia, a gente conseguiu implantar praticamente mais de 300 carregadores, tanto AC e DC, carregadores AC, quando a gente fala de uma velocidade menor, que demora de 5 a 6, 7 horas para recarregar o carro, e os DCs, que são os carregadores de uma eficiência maior, que demora 15, 20 minutos para recarregar o carro, é um investimento maior, a gente vem crescendo nessas duas pontas, conseqüentemente a receita cresceu 50%, batemos R\$ 9 milhões, ainda é tímido, mas vem crescendo de uma maneira sustentável também. Estão felizes com a estratégia, estamos fazendo novos movimentos na Zletric, que vai ter frutos durante o ano de 26. Os clientes cada vez mais pedindo carregadores nas garagens, lembrando que a gente a marca Zletric, não necessariamente ela está só nos estacionamentos Estapar, é uma empresa que é agnóstica ao estacionamento, vai estar em shopping center, isso não tem nada a ver com Estapar, e até em muitos concorrentes que acabam optando pela Zletric, pela eficiência, pela facilidade, independente de ser uma investida nossa, a gente consegue estar em outros lugares. Então, a gente continua investindo, acreditando, teremos novidades em breve. Nós inauguramos o nosso primeiro, no Sul, posto de recarga, que a gente fala que é um hub de recarga de carros elétricos, lá no Parque Germânia, no Sul, então acredita que nos próximos meses inauguraremos mais postos de recargas para a gente cada vez passar por essa marca na rua e ficar tão conhecida e famosa quanto a Estapar hoje.

Passar aqui agora para o Daniel, porque ele vai entrar nos números financeiros, que são números bons, falar um pouco do *churn* da empresa, e daqui a pouco a gente volta para as considerações finais e para a gente abrir para perguntas e respostas para todos. Daniel, vai lá.

Daniel Soraggi:

Bom dia, pessoal. Obrigado, Emílio. Prazer poder falar do fechamento do ano de 2025, um ano especial para Estapar. Se eu pudesse resumir aqui um pouco os resultados financeiros da Estapar. O crescimento da receita puxada pelo crescimento do portfólio on e off street e também com o olhar estratégico para o crescimento das receitas com produtos digitais e eletromobilidade. Esse crescimento ele vem acompanhado de disciplina de custos, custos eles operacionais, administrativos, e de investimento. Com essa disciplina de custos, a empresa ela se torna cada vez mais lucrativa, com uma margem de lucro cada vez maior e a disciplina de alocação também nos permite manter uma dívida líquida estabilizada que vai resultar a empresa uma dívida cada vez uma relação dívida líquida/ebitda cada vez menor, empresa menos alavancada e por sua vez também o melhor retorno ao capital investido.

Passando já para o slide 13 onde a gente fala desse crescimento do portfólio, o Emílio já comentou bem, o crescimento da quantidade de operações vagas, expansão territorial. Só quero destacar adicionalmente que no total de 542 mil vagas que atingimos em dezembro de 2025 o crescimento do segmento contrato de longo prazo. Esse foi uma adição de 6 mil vagas durante o ano de 2025, o que é uma sinalização de que a Estapar volta a crescer também nesse segmento, que é muito importante. É importante crescer no segmento alugado administradas, é importante crescer no segmento contrato de longo prazo, concessões, etc. Acho que o importante aqui é o equilíbrio, a disciplina da alocação, a disciplina de administração do portfólio, para poder crescer e manter a empresa cada vez com melhores margens, a gente tem que saber defender os contratos. E aí o Churn, como o Emílio já comentou, é um Churn de 0,07%, é um Churn muito baixo. Ou seja, por mais que tenhamos inaugurado mais de 100 operações e perdido um pouco perto de 30 operações, são operações com uma margem representativa muito baixa da companhia. Então aí um destaque para o que o esforço comercial que a empresa vem fazendo, o esforço operacional, ele vem se refletindo nesse crescimento do portfólio de forma sustentável.

Vamos agora para a página 14, onde a gente fala da receita líquida. E aqui a gente vê dois recordes, recordes que a gente vem colecionando já aí há mais de três anos, trimestre após trimestre. No final do trimestre, quarto trimestre de 25, atingimos quase 500 milhões de reais de receita líquida, um crescimento de 16%. E no ano, no total de 2025, 1,8 bilhão de reais de receita líquida, também um recorde e um crescimento de 18,2%. Novamente, o que puxa o crescimento dessa receita líquida é a expansão do portfólio em off street, no ano, nos anos anteriores que é o efeito vagão, o crescimento das receitas digitais e também de eletromobilidade, é o que vem puxando o crescimento da companhia.

Passando agora para a próxima página de número 15, a gente fala do lucro bruto caixa, que é o resultado operacional da empresa. Aqui vemos no quarto trimestre de 2025, um lucro bruto caixa de 127 milhões de reais, um crescimento de quase 20%, um crescimento maior do que a receita e uma estabilização da margem bruta, é aqui que a gente vê a nossa disciplina de custos operacionais aparecendo. Esse

crescimento da margem bruta com estabilização da margem operacional é algo esperado, algo planejado e muito bem executado pela companhia ao longo do ano. E para falar do resultado do ano um lucro bruto caixa de 494 milhões de reais um crescimento aí na casa de 18% também com estabilização da margem pelos motivos que eu acabei de comentar.

Vamos agora para o próximo slide. O EBITDA é uma métrica que nós perseguimos como uma das metas corporativas da companhia. Como o Emílio comentou, foi um EBITDA muito bom do ano. Um EBITDA que também tem um índice de conversão de caixa altíssimo. No quarto trimestre, esse EBITDA foi de R\$ 86 milhões, crescimento de 18% na comparação com 2024, e assim como a margem bruta também uma estabilização da margem EBITDA, assim como a gente planeja e assim como a gente monitora esse indicador. O EBITDA do ano de 2025 foi de R\$ 348,8 milhões, aí um crescimento de quase 20% e também, novamente, uma estabilização da margem EBITDA. Estamos muito contentes com a entrega desse resultado no ano de 2025 e já pensando já em 2026.

Vamos agora para a próxima página 17, onde a gente fala do EBIT. Aqui a gente consegue ver um grau de alavancagem importante. É aqui onde a gente consegue começar a ver antes do lucro líquido, o resultado da disciplina de alocação de capital, da disciplina de alocação de CAPEX no portfólio. Nós saímos aqui de um passado recente onde o EBIT era negativo, de tal forma que no quarto trimestre de 2025, entregamos um EBIT ajustado de 39 milhões de reais. E aí não um crescimento nem de 18 nem de 20%, mas um crescimento de 33% no trimestre, com uma expansão da margem de 6,9% para 7,9%. E quando vemos o resultado anual, aí sim um EBIT de 172 milhões de reais, um crescimento de 41% na comparação com 2024. Importante expansão de margem de 7,7% para 9,2%.

Indo para a próxima página de número 18, temos aqui agora o lucro líquido da companhia, lucro líquido contábil, onde no trimestre atingimos um lucro líquido de R\$ 2,8 milhões de reais, uma reversão aqui de R\$ 6 milhões em comparação com 2024. E no ano de 2025, como o Emílio já destacou, empresa boa é empresa que dá lucro e atingimos um lucro de R\$ 14,1 milhões de reais no ano de 2025 versus um prejuízo de R\$ 8,7 em 2024, uma reversão de 23 milhões de reais no resultado da companhia. Passa agora a ser uma métrica importante para a companhia. A Estapar entra em uma trajetória de lucratividade sustentável. Foi a disciplina de custos, a disciplina de alocação, disciplina estratégica que nos trouxe até aqui e esse é o mote da companhia daqui para frente. A gente vai sempre olhar a companhia com o crescimento do lucro e da margem líquida a partir de agora.

Na próxima página, número 19, a gente vê o fluxo de caixa do quarto trimestre de 2025, onde saímos de uma posição de caixa de R\$ 337 milhões para uma posição de R\$ 245 milhões, mantendo a empresa muito bem capitalizada e posicionada para crescimento. Durante o quarto trimestre, tivemos uma geração de caixa operacional de R\$ 80 milhões, tivemos uma atividade de investimento de quase R\$ 88 milhões, aqui, sim, tivemos o efeito sazonal do quarto trimestre. Se pegarmos o volume de

investimento do ano todo de 2025, ele foi na casa de 200, 220 milhões de reais. E esse investimento teve uma concentração no quarto trimestre com motivos comerciais de negociações que se concentraram no trimestre. Não quer dizer necessariamente que esse é o volume trimestral da companhia, mas a nossa disciplina que a gente está olhando é o planejamento anual, planejamento bianual, que é feito para fazer a alocação de capital. E nas atividades de financiamento, tivemos um pagamento de juros e também de uma variação do endividamento líquido, que é o pagamento de principal, somados aqui também na casa de 80 milhões de reais. Aqui reforçamos que a companhia sempre honrou seus compromissos financeiros e vem fazendo um trabalho de *liability management*, de forma a deixar esses vencimentos, essa previsão de pagamentos, cada vez mais alinhada, equilibrada com a geração de caixa operacional.

Passando para a próxima página, número 20, aqui a gente vê um outro indicador, um outro índice que a gente acompanha tão importante como o EBITDA e o lucro, mas também a dívida líquida. É aqui uma dívida líquida controlada, estabilizada e meio planejada que vai tornar a empresa desalavancada, uma empresa com um índice de retorno do seu capital investido aí muito atraente. Então, terminamos aí o ano de 2025 com uma dívida líquida de R\$795 milhões, uma variação aqui de pouco mais de 2% em comparação com 2024. Essa dívida líquida, a gente vem fazendo nosso trabalho de *liability management*, é um trabalho que ele é feito já há três anos, é um trabalho que ainda não terminou. Atualmente, nós conseguimos reduzir na comparação anual em 70 pontos percentuais o nosso custo de spread sobre o CDI equivalente, saindo da casa de 2,35 de 2024 para 1,65 em 2025. Tem muito espaço ainda para poder melhorar esse índice e a companhia vem trabalhando constantemente junto aos seus credores para poder tornar o nosso custo de funding cada vez mais eficiente e permitir o crescimento sustentável da companhia. E o último aspecto que a gente trabalha do ponto de vista de dívida, que a gente sempre olha, é o equilíbrio também dos vencimentos. Então a gente vê uma curva de amortização da dívida aí variando entre 23%, 25%, 27%, mantendo os nossos vencimentos equilibrados e permitindo que fluxo de caixa operacional, ele seja muito bem alocado aí, seja no crescimento, seja aí para os compromissos financeiros da Estapar.

Bom, fechando aqui a minha contribuição dos resultados financeiros da Estapar, gostaria de parabenizar o resultado da companhia. Sabemos que tem muitos colaboradores que participam do *call* de resultados. E essa entrega de resultados, acho que é o trabalho do dia a dia de cada um, tanto para trazer mais operações, para a gente poder atender melhor os nossos clientes nas operações, mas sempre com um olhar estratégico, um olhar importante na disciplina de cursos. É só assim que a gente vai tornar a empresa cada vez mais lucrativa. A empresa lucrativa é uma empresa que cresce cada vez mais e que também entrega valor para os clientes, os acionistas, para nós mesmos aqui como colaboradores. Deixa um abraço carinhoso para todo mundo e volto a palavra para o Emílio, e a gente volta a se falar no Q&A. Um abraço pessoal.

Emílio Sanches:

Obrigado, Daniel. Antes de ir para o Q&A, fazer as considerações finais, acho que o resumo final do que a gente vem falando ao longo do ano, nos *calls* de resultados de 2025, e esse último em relação ao ano. O trabalho que vem sendo feito aqui ao longo desses últimos anos, vem dando o fruto, vem dando o resultado, mas a gente acredita que ainda estamos abaixo do que a gente gostaria de estar. Então, a gente não está satisfeitos ainda, a gente tem um espaço muito grande para novos negócios, de melhorar a margem cada vez mais da companhia, ter um espaço ainda para reduzir o custo da dívida, a gente vê com bons olhos no médio prazo, melhorar cada vez mais todos os indicadores.

Foram mais de 100 operações que nós abrimos, acredito que para 2026, 27, 28, devemos aumentar esse número de abertura de operações, difícil, obviamente que é difícil, não é fácil, mas estamos aqui todos nós, confiamos no time que nós temos para conseguir entregar. Fechamos com mais de 240 milhões em caixa, isso significa que nós temos caixa para investir de uma maneira assertiva, trazendo retorno, pensando no futuro da companhia. Temos clientes ávidos a uma boa gestão, tanto do estacionamento tradicional, como a gente cada vez mais facilitar a vida das prefeituras para a zona azul.

No nosso digital, a gente divulgou no resultado de dezembro 8,8 milhões, mas a gente já tornou público que nós passamos mais de 9 milhões de usuários no Zul+, a gente bateu essa marca de mais de 200 mil usuários no mês de fevereiro e crescendo todo dia, a gente cresce muito mensalmente com os novos produtos que a gente vai lançando, facilitando cada vez mais a vida do motorista. A gente quer realmente ter essa AutoTech, que a gente vem falando internamente aqui, que um dia a gente espera que qualquer motorista tenha um app do Zul+ para fazer qualquer coisa com o seu carro. Então, a gente está seguindo nesse caminho para que um dia isso possa chegar. O crescimento que o Daniel falou de margens, EBITDA, receita, lucro, é uma constante que a gente quer considerar aqui dentro, o crescimento dos novos negócios.

Então, fechando aqui para ir para a nossa hora do Q&A, Perguntas e Respostas, agradecer, que nem o Daniel, a todos os colaboradores, sem vocês passamos da marca de 7 mil funcionários no Brasil. Então, é um momento importante, é um momento de festejar, mas é um momento também de a gente refletir de como a gente pode se superar, que a gente vai fazendo isso todo ano, a gente espera que agora no ano de 26, agora em maio, que a gente vai fazer o primeiro call de resultados referente ao primeiro tri de 26, a gente venha com mais notícias legais, com mais índices importantes, com crescimento, mostrando que realmente a gente tem espaço para continuar crescendo e entregamos valor não só para os nossos investidores, acionistas, assim como também os funcionários. Então, obrigado por estarem com a gente, obrigado a todos e a gente volta em breve. Valeu!

Sessão de Perguntas e Respostas

Operador:

Vamos dar início à nossa sessão de perguntas e respostas. Lembramos que para enviar suas perguntas, basta clicar no ícone Q&A localizado na parte inferior da tela e escrever sua pergunta para entrar na fila. Pedimos por gentileza que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

Vamos à nossa primeira pergunta, é do Raimundo, investidor pessoa física:

“Bom dia a todos, parabéns pelos resultados. No Quarto Tri 25 a receita cresceu 16%, enquanto os custos avançaram 30% pressionando a margem. No release vocês mencionaram a recomposição de aluguéis e o efeito não recorrente positivo de 33 milhões em 2024. Mas no Quarto Tri a diferença parece mais acentuada. Essa pressão foi pontual, ligado ao *ramp-up* de novas operações ou pode indicar alguma mudança estrutural na rentabilidade dos contratos?”.

Daniel Soraggi:

Bom dia, Raimundo. Obrigado pela pergunta. Bom, você praticamente respondeu a pergunta por mim aqui. De fato, nós tivemos no quarto trimestre crescimento pontual, crescimento de efeitos não recorrentes no quarto trimestre de 2025. Isso não é uma tendência de aumento de custos seja ele cursos operacionais com aluguel mão de obra nem nada disso um curso pontuais eventualmente que a gente faz já pensando em 2026 tá então a gente administra a companhia olhando o trimestre olhando os próximos trimestres também a gente tem um negócio com grau de receita resiliente, previsível, que nos permite fazer um planejamento bem assertivo disso tá mas o motivo do aumento de custos aí desproporcional no trimestre tá muito relacionado a gastos não recorrentes e não é uma tendência não é indicativo de uma mudança estrutural de custos não. A gente tá muito confiante na manutenção da margem bruta e eventualmente com grau maior de investimentos na expansão no segmento de contratos de longo prazo, até mesmo uma expansão na margem bruta, então, pelo contrário, a gente tá trabalhando mais com a expansão da margem.

Operador:

A próxima pergunta é do Ricardo Braga, Investidor Pessoa Física:

“Gostaria de parabenizar a diretoria da empresa não só pelos resultados desse trimestre, mas também pelo fato da empresa já ter sinalizado, que vislumbrava num futuro não tão distante, rever prejuízo líquido. Minha pergunta é sobre CAPEX. Na minha visão, a opção por CAPEX em concessões versus contratos de longo prazo e alugadas administradas, dada a taxa de juros de dois dígitos, não parece a melhor opção de canais de crescimento. Qual a visão da empresa a respeito disso?”.

Daniel Soraggi:

Bom dia, Ricardo. Obrigado pela pergunta também. Obrigado pelos parabéns. De fato, a gente já vinha enxergando com algum grau de antecedência a nossa capacidade de geração de lucro. A gente tem um negócio muito bom aqui. A gente precisava só mexer alguns ponteiros e a gente foi mexendo e o resultado já está aparecendo. Já apareceu em 2025 e estou muito animado para 2026. Sobre a sua pergunta, ela tem muito a ver com, do nosso lado aqui, com a composição do portfólio. A gente cresceu bastante o nosso portfólio em 2022, 2023, 2024, 2025 no segmento Alugadas e Administradas. De tal forma, você pega a quantidade de vagas, o segmento Alugares Administrados representava pouco mais de 50% da quantidade de vagas. Quando a gente olha vagas, tá? A margem de cada um, de fato, no segmento de capital intensivo, a margem é maior. E em 2026, a gente aumentou um pouco mais esse segmento, a gente continua nessa estratégia do segmento de alugadas e administradas, foi de 50 para 53%/54%. E aí o que a gente olha muito é a composição do portfólio. Sobre a provocação de segmento de concessões e de contratos de longo prazo, que sim, tem algum grau de alocação de capital, ele é importante para a companhia do ponto de vista estratégico, a gente não faz qualquer tipo de ativo, qualquer tipo de região. A gente olha para ativos que a gente gosta e que faz sentido a gente fazer um grau de alocação. E, aqui, a nossa capacidade de precificar bem os ativos, precificar o fluxo de caixa deles, precificar as garantias, o credor, riscos que a gente tem de demanda, e fazer isso de forma, novamente, com equilíbrio. A diferença entre o remédio e o veneno é a dose. Então, a gente vai sempre olhar para a dose, o quanto o nosso balanço, o quanto o ativo está com algum grau de exposição a risco ou que pode ferir o fundamento da empresa. A gente vai olhar sempre o portfólio, a composição dele. Outro aspecto importante é olhar também o mercado, oportunidades comerciais. A gente vê oportunidades boas aparecendo ainda que a gente conviva nesse momento com uma taxa de juros elevadas, mas com um apontamento de fechamento de curva, a gente vê oportunidades importantes para esse segmento de contrato de longo prazo, principalmente. Novamente, a nossa orientação vai ser para olhar para o todo, para o portfólio, tá? E o que você pode esperar da Estapar é uma disciplina que é uma palavra que eu acho que eu uso bastante nos *calls* de resultados, mas de fato, é o que acontece aqui dentro da companhia. Obrigado pela pergunta.

Operador:

A próxima pergunta é do Gabriel Ávila, analista *sell side* da Condor:

“Olá, parabéns pelos resultados! Vocês tiveram um ciclo bem forte de expansão em 2025 com 107 inaugurações, churn baixo e ao mesmo tempo conseguiram expandir Margem EBIT via mix de projetos menos intensivos em capital. Olhando para 2026, como vocês estão enxergando o trade-off entre continuar acelerando aberturas e preservar retorno à qualidade do portfólio?”

Emílio Sanches:

Gabriel, tudo bom? Acho que o Daniel falou um pouco já da nossa estratégia, o que a gente vem fazendo, e usando talvez um adjetivo que está na moda nos últimos anos,

é a ambidestria. Então, a gente vai sim continuar crescendo, o que a gente fala aqui dentro é pé no acelerador e mantendo a rentabilidade do portfólio que a gente tem. Nós temos aqui capacidade técnica com as pessoas e competência. Então, estamos tranquilos de continuar crescendo nesse *pace*, nessa velocidade. Eu acho que estamos crescendo, mas é o que eu falei lá atrás, dá para crescer mais, acelerar mais, abrir mais negócios e, ao mesmo tempo, no portfólio que nós temos, aumentar cada vez mais a qualidade, que é importante, do nosso contratante para as renovações e trazendo uma eficiência operacional com uma estabilidade. A resposta é, vamos continuar crescendo e aumentando a rentabilidade.

Operador:

Próxima pergunta do João Marcelo, analista *buy side* da Meta:

“Como deve ser a evolução da linha de lucro de não controladores para os próximos anos? Em 2025, ela foi bem relevante. Quais os motivos? Obrigado”.

Daniel Soraggi:

Bom dia, João. Obrigado pela pergunta. João da Meta, né? Acho que a gente um dia se encontrou em alguma conferência. Você bem observou, hoje, o crescimento do lucro da empresa, teve um crescimento também no lucro dos não controladores. Os não controladores têm a ver com uma modalidade de parceria que a gente faz com alguns clientes, em shopping centers, principalmente, que são modelos que funcionam normalmente como estacionamento, mas quando a gente mostra isso na consolidação, balanço consolidado, a distribuição de resultados dessa operação acaba aparecendo aí. A gente teve renovações e contratos importantes que entraram em 2025 e que fizeram esse crescimento chamar a atenção em 2025. Mas nas nossas projeções, o crescimento da companhia como um todo, principalmente o do controlador, ele deve crescer cada vez mais, na medida que a maior parte ou quase a totalidade do nosso portfólio são de operações controladas da companhia. A gente tem pontuais aqui, são na casa de 20, 20 e poucas operações que aparecem nesse lucro de não controladores. Então o que a gente deve esperar na verdade é um crescimento importante no lucro dos controladores. Não é nenhum *guidance* nem nada, mas é a tendência dado ao portfólio que a gente tem aqui na companhia.

Operador:

As próximas perguntas são do Roberto Sfeir. Ele fez 3 perguntas:

A primeira em relação à dívida, se a ideia é continuar rolando ou se tem um espaço para fazer um follow-on para reduzir a dívida. A segunda é sobre como nós avaliamos as avenidas de crescimento em termos de parcerias estratégicas, como foi feito, por exemplo, com a ConectCar. E depois ele pergunta um pouco mais a visão de longo prazo, qual é a expectativa de crescimento da companhia para 3/4 anos? Se seria algo como um high single digits, ou crescendo dois dígitos.

Daniel Soraggi:

Bom, são várias perguntas aqui. Obrigado, Roberto Sfeir, da Euromonitor. Obrigado pelas perguntas. Acho que eu vou responder a primeira, depois vou passar para o Emilio.

Sobre taxa de juros, dívida e follow on. O que a gente pensa fazer com o fechamento da curva de juros? Bom, Roberto, a gente vem fazendo esse *liability management*, sempre olhando dívida líquida da companhia, permitindo que o caixa operacional esteja disponível para crescimento. Obviamente com o fechamento de curva isso ajuda a gente, sobra mais dinheiro para poder crescer. A gente, na nossa estratégia, hoje, a companhia, o trabalho que ela vem fazendo com os credores, com os mais diversos instrumentos de dívida que vem emitindo. A companhia ela tem um apetite para investimento via *debt*, via dívida, é muito importante. A gente tem uma lista de credores, investidores da Estapar via *debt* importantes, ou seja, à medida que a gente vem reduzindo esse spread, quer dizer que esse investidor vem apreciando cada vez mais o balanço da Estapar. Tudo isso para dizer que a gente tem crédito disponível para tomar, caso a gente precise. Follow on, ele tem muito a ver com o macro, o macro é volátil e a gente não conta e nem precisa disso no nosso planejamento de crescimento. Mas é sempre uma alternativa. Na medida que a gente se depara com alternativas de alocação, a empresa está preparada para crescimentos maiores. Mas, eu acho que do que a gente tem para hoje é mais upside. Acho que é um *liability management* cada vez mais fácil, redução de custo e permitir a empresa crescer. Passar as próximas perguntas para o Emílio, acho que é legal repassar um pouco as perguntas, Thomas, para pontuar quem está ouvindo.

Operador:

Legal. A segunda pergunta foi em relação a parcerias:

“Quais são as avenidas de crescimento com parcerias estratégicas?”.

E a terceira, em relação ao crescimento no longo prazo, se “a ideia é ser um high single digit, ou continuar crescendo dois dígitos como a companhia vem crescendo nos últimos anos”

Emílio Sanches:

Roberto, obrigado pelas três perguntas. Em termos de parceria estratégica, a gente está sempre aberto. A gente pode falar que tem uma parceria estratégica que a gente tem há quase 30 anos, que é com a Porto Seguro, a nossa parceira. Em relação à sua pergunta, coincidência ou não, a Porto Seguro tem uma participação, acho que, se não estiver enganado, 50% na ConectCar. A ConectCar, sim, é uma parceira nossa, estratégica, mas não só com a ConectCar, tanto a Sem Parar como a Veloe, a gente faz bastante coisa com eles. Nós estamos sempre abertos, tudo que ronda, que circula o carro, formas de pagamentos, locação de veículos, uma Movida, Localiza, a própria Unidas, a gente tem parceria com todos, estamos sempre próximos deles todos. É importante para a gente, pensando numa coisa maior, não tem nada no curto prazo, não tem nenhuma conversa em relação a isso, então tem coisas pontuais e

oportunísticas que é um ganha-ganha para os dois, para a gente ou para ou para o parceiro, que acaba gerando mais valor para o cliente final. Então, assim como o cliente porto seguro tem desconto, tem esse benefício, o cara que usa o tag da ConectCar ou usa outras tags, tem algum tipo de benefício, algumas operações nossas, então a gente quer cada vez mais facilitar a vida do motorista e gerar algum tipo de benefício e parcerias que levem nessa direção, estamos abertos a fazer com qualquer um. Então é isso. Com relação ao crescimento de um dígito, de 0 a 9, ou de dois dígitos acima de 10, o nosso objetivo é crescer dois dígitos sempre. A gente trabalha para isso, queremos crescer sempre muito mais que a inflação, mas a gente não tem aqui um guidance para falar quanto a gente vai crescer, o nosso objetivo vai ser dois dígitos, não é fácil, mas esse é o nosso objetivo, é a nossa meta aqui, é a nossa ambição, como a gente fala que quer crescer em número de operações, chegar em mil operações, a nossa ambição é continuar crescendo também lá no top line, no bottom line, nas nossas margens. Então, somos ambiciosos, temos vontade e, como eu falei, temos a competência técnica e as pessoas certas para fazer isso acontecer. Queremos crescer e vamos atrás dos dois dígitos.

Operador:

Encerramos por aqui a sessão de perguntas e respostas.

O time de RI permanece à disposição para atender quaisquer dúvidas adicionais.

Aproveitamos para informar que a próxima teleconferência de resultados, referente ao primeiro trimestre de 2026, será no dia 7 de maio.

Agora passo a palavra ao Emílio para as considerações finais.

Emílio Sanches:

Bom, acho que sem querer se estender demais, que a gente já falou, agradecer a presença de todos, parabenizar todos os colaboradores da companhia. Foi muito importante esse ano, agradecer a todos que participaram no *call*, os investidores que estão sempre nos provocando, questionando, perguntando, tirando a gente da zona de conforto, aos nossos credores que estão sempre nos apoiando, nos momentos mais difíceis lá atrás, agora os momentos mais, eu falo internamente, divertidos, tem que ser uma empresa gostosa de trabalhar, divertida, a gente fala isso para os credores também, não só para os funcionários. A gente vem entregando resultado, tendo esse benefício de reduzir o nosso custo da dívida, que ainda é alta, a gente considera, apesar da alavancagem ter caído bastante, saímos de 5, estamos falando de 2 ponto alguma coisa, 2 pontos baixos. Então, felizes. Então agradecer a todos por estarem ao nosso lado, e em breve, em menos de dois meses, estaremos de novo juntos para falar dos números do primeiro tri, que a gente espera continuar nessa vertente de crescimento.

Muito obrigado a todos. Valeu.