

Shopping Iguatemi Esplanada



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

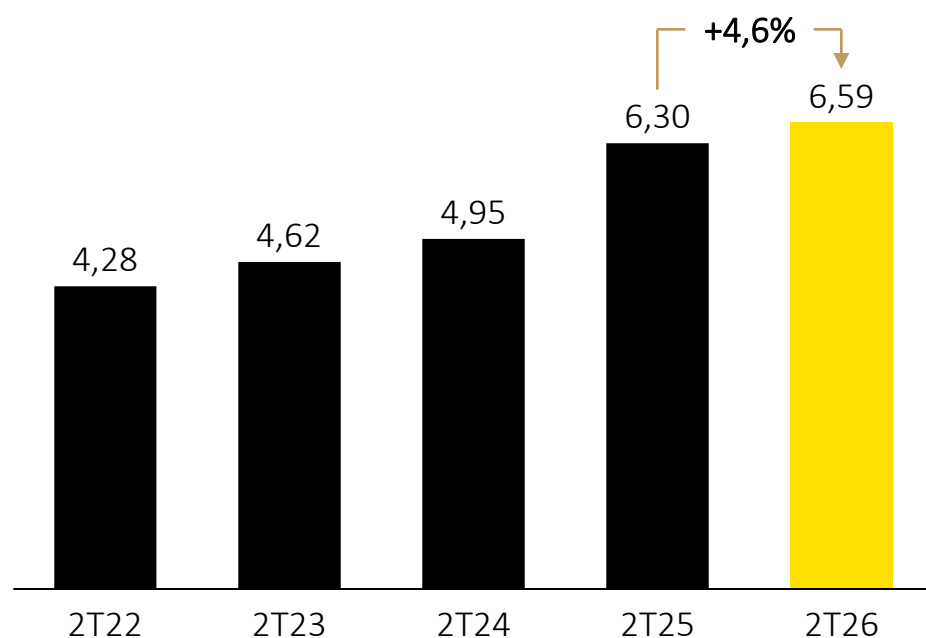
2T26

Agenda

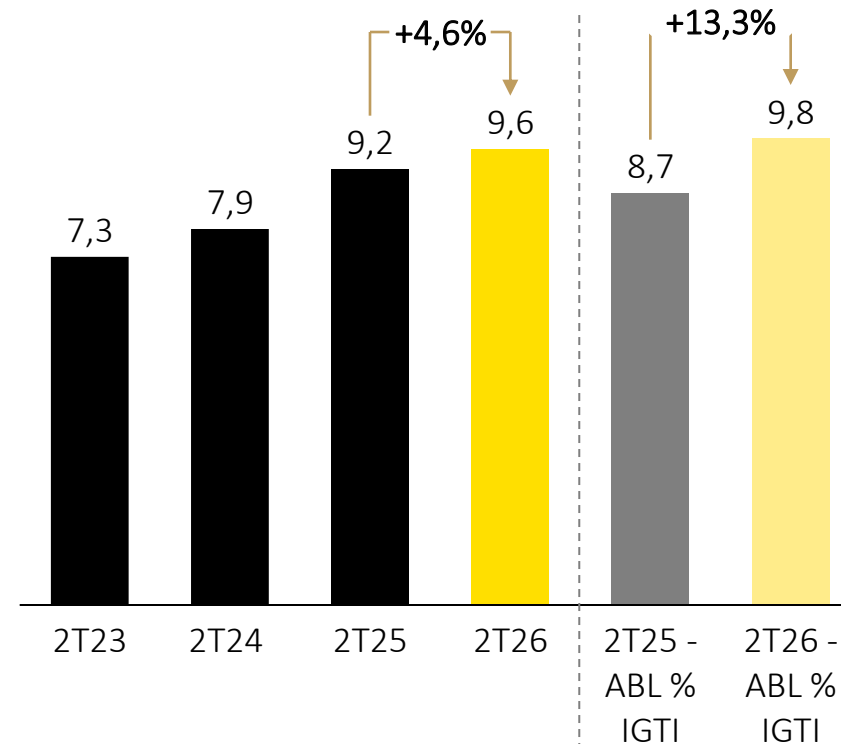
1. Destaques do trimestre
2. Desempenho Operacional e Financeiro

VENDAS TOTAIS CRESCEM 4,6% E SAS MANTÉM EVOLUÇÃO EM LINHA COM A INFLAÇÃO

Vendas totais em 2T's (R\$ bilhões)

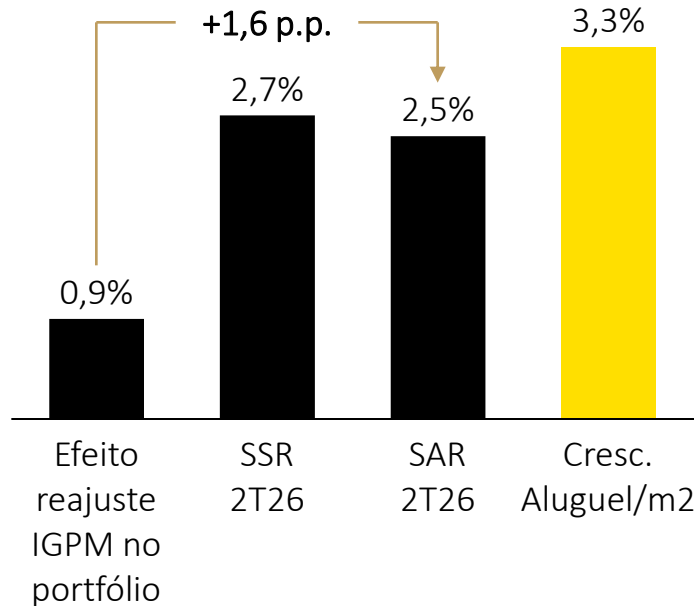


Vendas Shoppings por m² (R\$ mil)

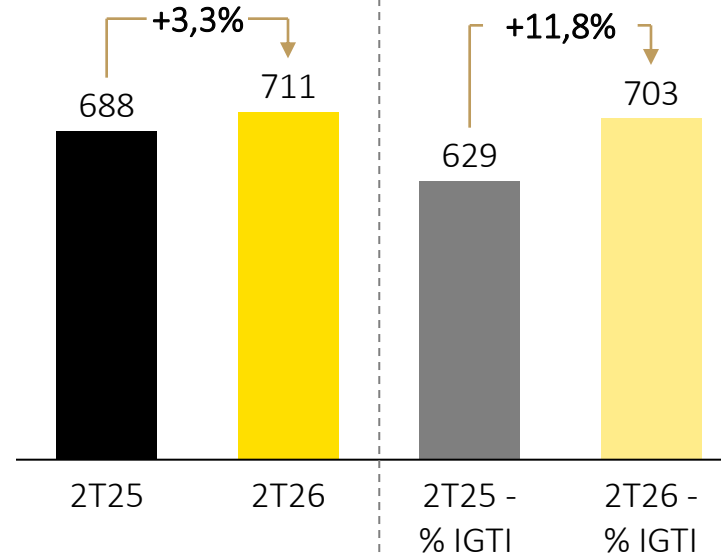


ALUGUEL AVANÇA ACIMA DA INFLAÇÃO E MANTÉM ESPAÇO PARA REPRECIFICAÇÃO

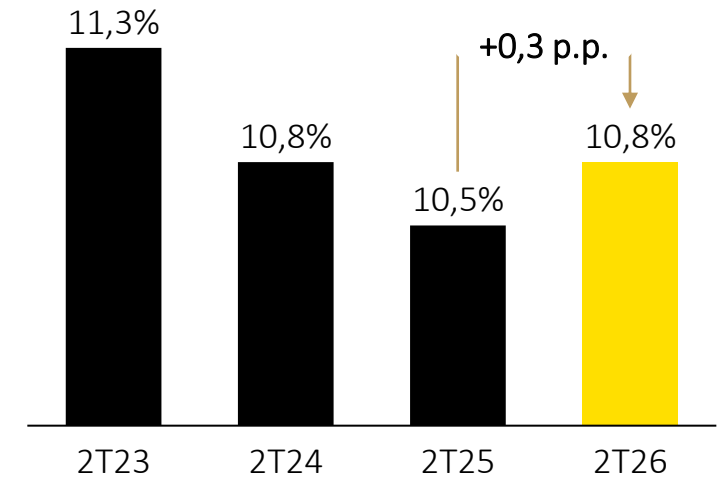
Crescimento real SAR - Shoppings



Crescimento Aluguel/m² - Shoppings

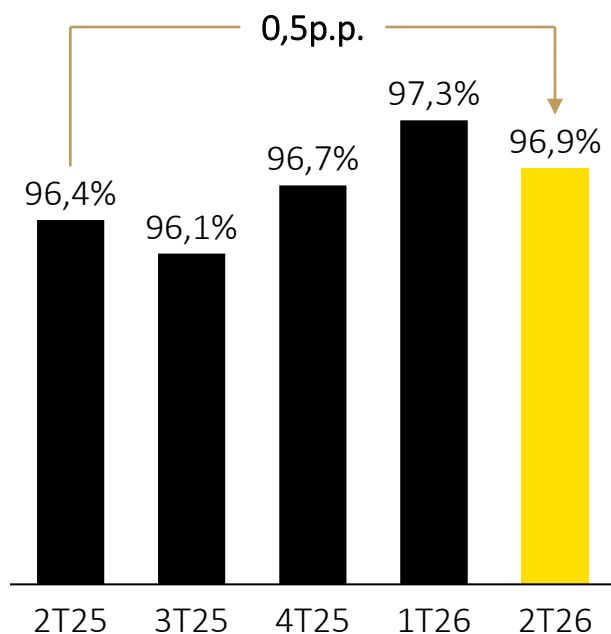


Evolução custo ocupação (% sobre as vendas)



TAXA DE OCUPAÇÃO CRESCE PARA 96,9% COM A EXPANSÃO DE MARCAS GLOBAIS , REFORÇANDO A QUALIFICAÇÃO DO PORTFÓLIO

Evolução da taxa de ocupação (% ABL)



Iguatemi São Paulo foi escolhido pela Dior para receber uma nova operação da Maison, de 600m²



HIGHLIGHTS

- **Shopping RIOSUL:** inauguração da **H&M** e da **Birkenstock**;
- **Iguatemi Campinas:** expansão da **Zara** para uma nova loja de 2,8 mil m², inauguração da **Carolina Herrera** e assinatura de contrato da **Birkenstock**;
- **Shopping Iguatemi São Paulo:** inauguração da joalheria **Ara Vartanian** e do quiosque **Dominique (Diptyque)**, além da assinatura para abertura da **Ladurée**;
- **Shopping Pátio Higienópolis:** assinatura de contrato com o restaurante **Casa Europa** e com as marcas **Foxton** e **Océane**;

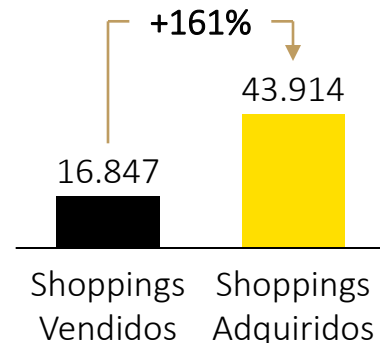
RECICLAGEM DE CAPITAL QUALIFICA PORTFÓLIO E GERA VALOR AO ACIONISTA

Entre o 2T25 e o 2T26, a Iguatemi ajustou sua participação em 10 ativos, realocando capital para empreendimentos de maior produtividade:

% Portfólio Iguatemi	2T26	2T25	1T25
Pátio Higienópolis	↑ 29,0%	↑ 29,0%	11,5%
Pátio Paulista	↑ 14,5%	↑ 11,5%	0,0%
Rio Sul	16,6%	16,6%	↑ 16,6%
Market Place	↓ 51,0%	100,0%	100,0%
Market Place Torres	↓ 51,0%	100,0%	100,0%
Iguatemi Alphaville	↓ 51,0%	60,0%	60,0%
Galleria	↓ 51,0%	100,0%	100,0%
Iguatemi Ribeirão Preto	↓ 65,0%	89,0%	89,0%
Iguatemi Rio Preto	↓ 70,0%	88,0%	88,0%
Praia de Belas	↓ 50,6%	57,6%	57,6%

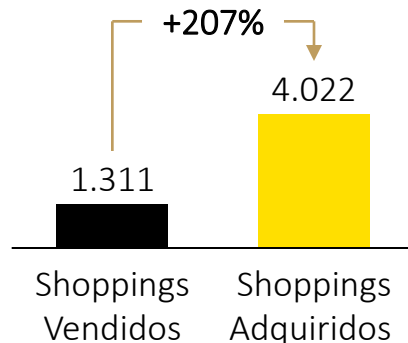
Vendas Shoppings/ m²

Visão UDM – 2T26

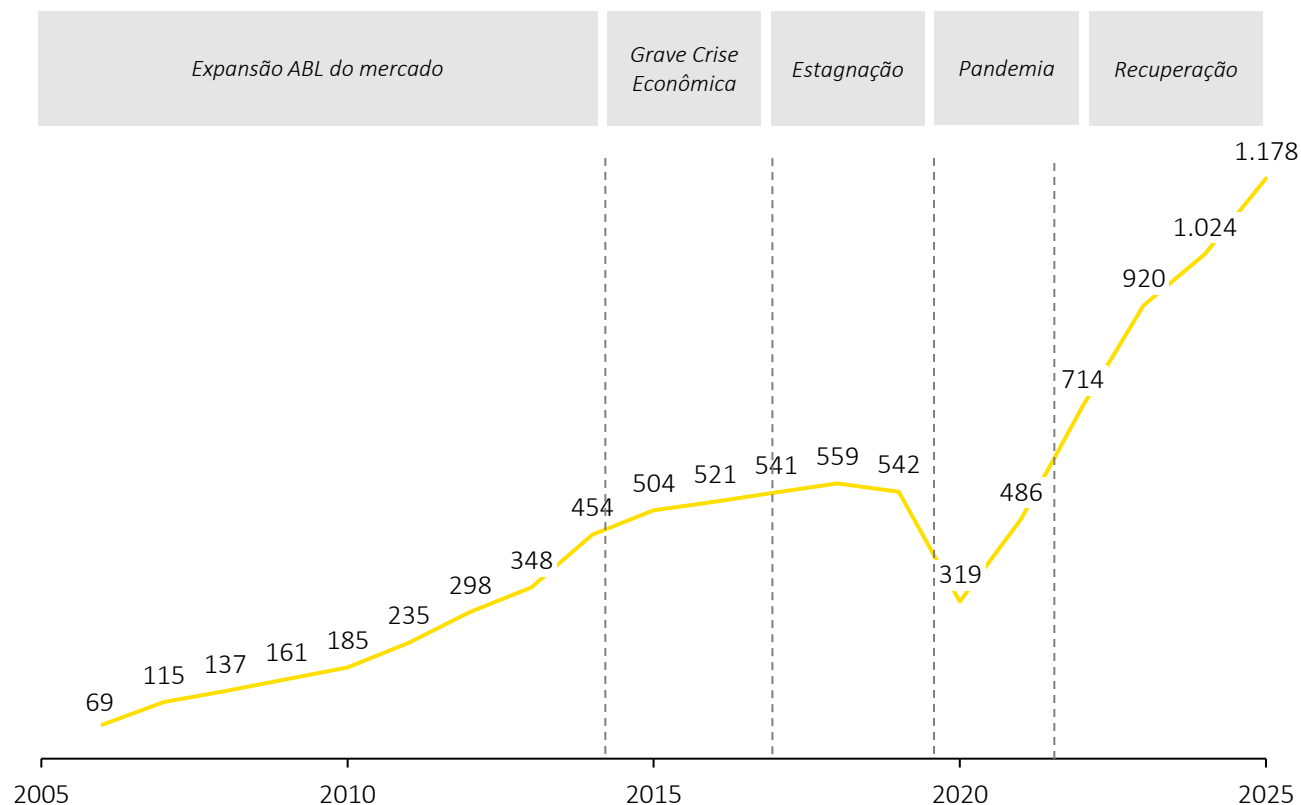


Aluguel Shoppings/m²

Visão UDM – 2T26



O resultado combinado desses movimentos é visível na trajetória do EBITDA Ajustado: desde 2022, o indicador registrou um CAGR de 18,1%, ritmo significativamente superior ao crescimento da indústria.



STATUS DAS OBRAS DE DESENVOLVIMENTO E EXPANSÕES DO PORTFÓLIO



	Iguatemi São Paulo	Iguatemi Brasília	Iguatemi Tower (Torre A)	Casa Figueira - infraestrutura
Inauguração Prevista	1T27	4T27	2T28	3T26
ABL total (mil m2)	4,9	15,5	16,7	-
% Iguatemi	60,0%	64,0%	52,0%	24,8%
% Comercializado	70,0%	60,0%	-	6,1%
% Realizado Obra física	42,2%	1,5%	1,5%	87,7%
% Capex (MM)	35,4%	12,5%	2,5%	46,6%

IGUATEMI – EXPERIÊNCIAS, CULTURA E COMPROMISSO ESG

IGUATEMI TALKS WELLNESS

- **Iguatemi Talks Wellness:** 1ª edição no JK Iguatemi, reunindo especialistas nacionais e internacionais para debater bem-estar, longevidade e qualidade de vida, com ativações de marcas parceiras.



CULTURA & EVENTOS

- **Série Brasil Contemporâneo:** debates sobre os desafios e oportunidades do Brasil, conduzidos por Fernando Schüller, com participações de Professor HOC, Marcos Troyjo e Luiz Felipe Pondé.



- **Cine Vista:** 12ª edição, com exibição de 23 filmes, ocupação de 100% e público superior a 2 mil pessoas.
- **Arraiá Shopping RIOSUL:** 2ª edição do evento, reunindo mais de 5 mil pessoas.
- **Pátio Gourmet:** 13ª edição no Pátio Higienópolis, reunindo 15 restaurantes e mais de 8 mil visitantes.

REFERÊNCIA ESG

- **Relatório de Sustentabilidade:** publicação da 4ª edição, reforçando a evolução da agenda ESG da Companhia.



- **Ambiental:** manutenção de 100% de energia renovável, 94,3% de reaproveitamento de resíduos e Selo Ouro GHG Protocol.
- **Social:** destaque para a liderança feminina, 56% do Comitê Executivo e 54% das lideranças ocupadas por mulheres.
- **Governança:** manutenção no ISE B3, nota B no CDP e 94,3% de aprovação do Conselho de Administração.

Agenda

1. Destaques do trimestre
2. **Desempenho Operacional e Financeiro**

PRINCIPAIS INDICADORES OPERACIONAIS

Indicadores Operacionais	2T26	2T25	Var. %	06M26	06M25	Var. %
ABL Total Média (m²)	789.465	788.588	0,1%	780.732	769.820	1,4%
ABL Própria Final (m²)	426.327	489.095	-12,8%	427.517	484.170	-11,7%
ABL Própria Média (m²)	426.327	489.095	-12,8%	427.517	484.170	-11,7%
ABL Total Média Shopping (m²)	735.955	735.078	0,1%	736.140	716.310	2,8%
ABL Própria Média Shopping (m²)	399.757	448.445	-10,9%	400.947	443.521	-9,6%
Total Shoppings ⁽¹⁾	17	17	0,0%	17	17	0,0%
Vendas Totais (R\$ mil)	6.594.833	6.303.976	4,6%	12.275.201	11.341.450	8,2%
Vendas mesmas lojas (SSS)	1,7%	12,1%	-10,4 p.p.	3,1%	9,4%	-6,3 p.p.
Vendas mesma área (SAS)	4,2%	14,4%	-10,1 p.p.	5,6%	11,7%	-6,1 p.p.
Aluguéis mesmas lojas (SSR)	2,7%	10,4%	-7,7 p.p.	4,1%	7,4%	-3,3 p.p.
Aluguéis mesma área (SAR)	2,5%	10,0%	-7,4 p.p.	4,3%	7,2%	-2,9 p.p.
Custo de Ocupação (% das vendas)	10,8%	10,5%	0,3 p.p.	11,4%	11,1%	0,3 p.p.
Taxa de Ocupação	96,9%	96,4%	0,5 p.p.	97,3%	96,5%	0,8 p.p.
Inadimplência líquida	0,1%	0,3%	-0,2 p.p.	0,7%	0,7%	0,0 p.p.
Venda/m² - Shoppings ⁽²⁾	9.609	9.190	4,6%	17.853	16.439	8,6%
Aluguel/m² - Shoppings ⁽²⁾	711	688	3,3%	1.393	1.310	6,3%
Aluguel/m² ⁽³⁾	631	610	3,4%	1.251	1.162	7,6%
Venda/m² - Shoppings % IGTI ⁽⁴⁾	9.837	8.686	13,3%	17.976	15.949	12,7%
Aluguel/m² - Shoppings % IGTI ⁽⁴⁾	703	629	11,8%	1.334	1.189	12,2%

(1) Considera Iguatemi Esplanada e Esplanada Shopping como um único empreendimento.

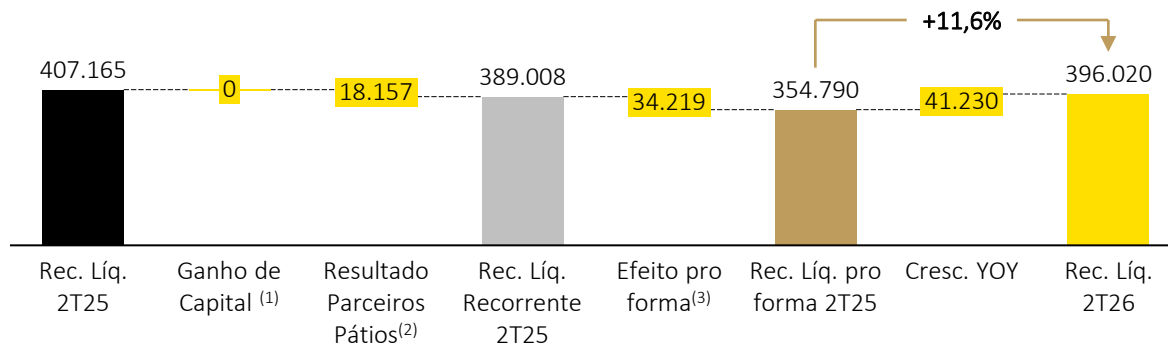
(2) Considera vendas e receita de aluguel dos shoppings e ABL total shoppings (exclui torres, outlets e Power Center Iguatemi Campinas).

(3) Considera ABL total shoppings, outlets e torres.

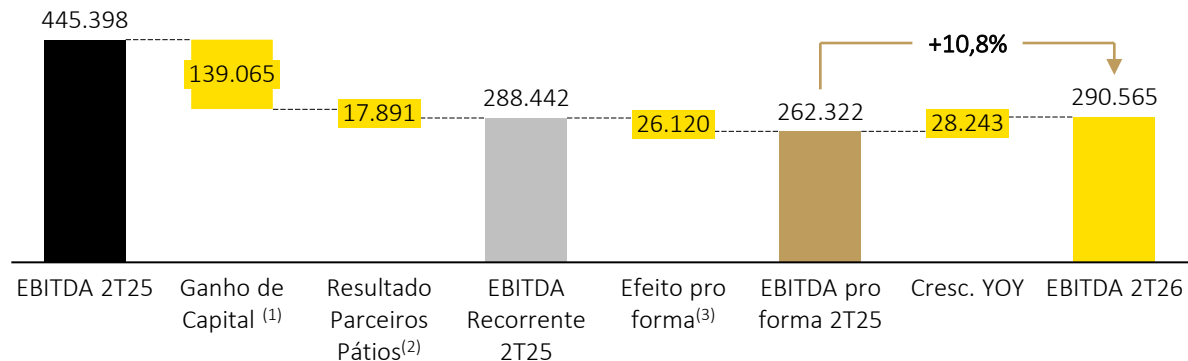
(4) Considera vendas e receita de aluguel dos shoppings e ABL dos shoppings na participação da Cia. (exclui torres, outlets e Power Center Iguatemi Campinas).

RESULTADO AJUSTADOS PARA AQUISIÇÕES

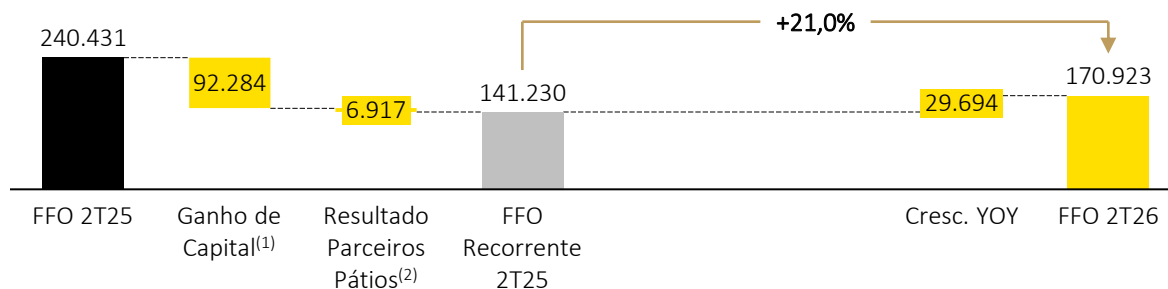
Abertura Receita Líquida Ajustado (R\$ milhões)



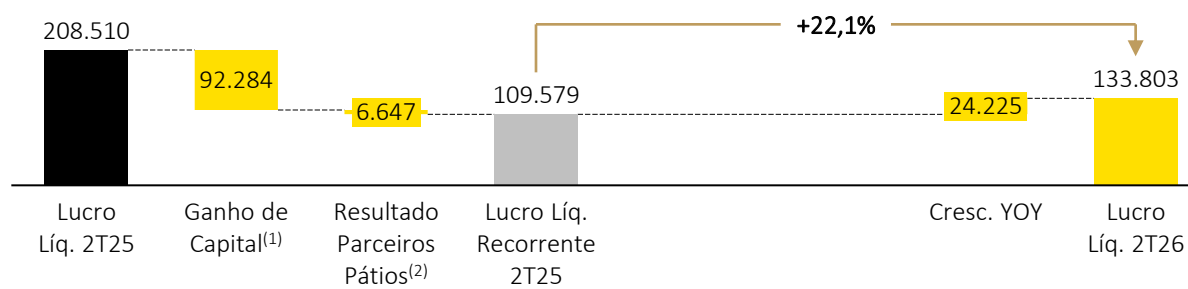
Abertura EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



Abertura Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões)



Abertura FFO Ajustado (R\$ milhões)



(1) Ganho de Capital das vendas de Participações no Market Place Shopping Center e Shopping Center Galleria;

(2) Visão recorrente, desconsidera as participações do Pátio Higienópolis e Pátio Paulista dos investidores parceiros da operação, como também o ganho de capital das vendas do Market Place e Galleria.

(3) Visão pro forma exclui o resultado dos ativos com alteração de participação societária entre os dois períodos, conforme tabela de comparabilidade (página 6).

DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO – PRO FORMA

DRE Gerencial Ajustada - Conciliação visão recorrente e pro forma	2T26 sem linearização	2T25 sem linearização	Ajuste % parceiros e Ganho de capital ⁽¹⁾	2T25 Recorrente	2T26 vs 2T25 Recorrente	Ajuste pro forma ⁽²⁾	2T25 pro forma	2T26 vs 2T25 pro forma
Aluguel Mínimo Mensal	217.947	246.127	13.696	232.431	-6,2%	-24.489	207.942	4,8%
Aluguel Percentual	29.742	29.943	1.048	28.895	2,9%	-2.216	26.679	11,5%
Locação Temporária	31.123	31.749	1.658	30.091	3,4%	-3.767	26.323	18,2%
Taxa de Administração	23.882	20.469	0	20.469	16,7%	0	20.469	16,7%
Estacionamento	65.354	72.539	3.512	69.027	-5,3%	-10.893	58.134	12,4%
Outros (Shopping)	6.236	4.717	0	4.717	32,2%	-349	4.368	42,8%
Varejo (Iguatemi 365 e I-Retail)	67.111	53.334	0	53.334	25,8%	0	53.334	25,8%
Receita Bruta	441.394	458.878	19.915	438.964	0,6%	-41.715	397.249	11,1%
Impostos e descontos	-45.374	-51.713	-1.758	-49.955	-9,2%	7.496	-42.459	6,9%
Receita Líquida	396.020	407.165	18.157	389.008	1,8%	-34.219	354.790	11,6%
Custos	-72.979	-72.555	-1.671	-70.883	3,0%	8.347	-62.536	16,7%
Despesas administrativas	-36.019	-32.359	-172	-32.187	11,9%	0	-32.187	11,9%
Despesas Pré-operacionais	-1.704	-1.088	0	-1.088	56,6%	0	-1.088	56,6%
Outras Receitas (Desp.) Operacionais	4.881	143.824	140.643	3.181	53,5%	-248	2.933	66,4%
Resultado de Equivalência Patrimonial	366	411	0	411	-10,9%	0	411	-10,9%
EBITDA	290.565	445.398	156.956	288.442	0,7%	-26.120	262.322	10,8%
Depreciação e Amortização	-37.120	-31.921	-270	-31.651	17,3%	-	-	-
EBIT	253.445	413.477	156.686	256.790	-1,3%	-	-	-
Receitas Financeiras	61.555	25.674	0	25.674	139,8%	-	-	-
Resultado operação SWAP	0	0	0	0	n/a	-	-	-
Despesas Financeiras	-146.051	-211.147	-49.738	-161.408	-9,5%	-	-	-
IR e CSLL	-35.114	-19.465	-8.017	-11.448	206,7%	-	-	-
Participação dos minoritários	-31	-29	0	-29	5,2%	-	-	-
Lucro Líquido	133.803	208.510	98.932	109.579	22,1%	-	-	-
FFO	170.923	240.431	99.202	141.230	21,0%	-	-	-

(1) Visão recorrente, desconsidera as participações do Pátio Higienópolis e Pátio Paulista dos investidores parceiros da operação, como também o ganho de capital das vendas do Market Place e Galleria.

(2) Visão pro forma exclui o resultado dos ativos com alteração de participação societária entre os dois períodos, conforme tabela de comparabilidade (página 6).

DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO – PRO FORMA

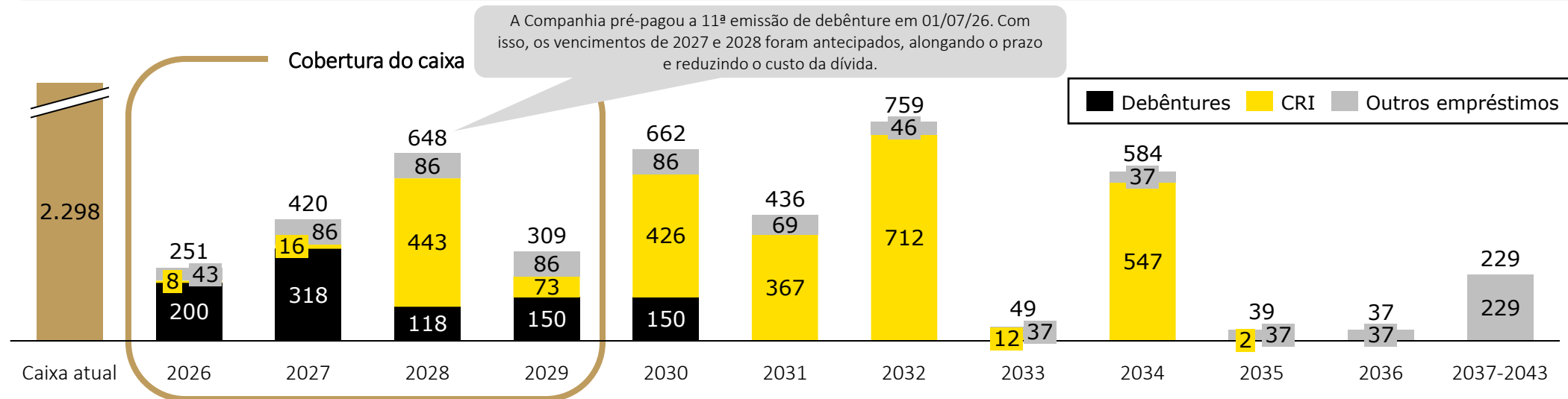
DRE Gerencial Ajustada - Conciliação visão recorrente e pro forma	06M26 sem linearização	06M25 sem linearização	Ajuste % parceiros e Ganho de capital ⁽¹⁾	06M25 Recorrente	06M26 vs 06M25 Recorrente	Ajuste pro forma ⁽²⁾	06M25 pro forma	06M26 vs 06M25 pro forma
Aluguel Mínimo Mensal	438.436	456.611	13.696	442.915	-1,0%	-24.489	418.426	4,8%
Aluguel Percentual	49.447	45.537	1.048	44.489	11,1%	-2.216	42.273	17,0%
Locação Temporária	56.689	55.658	1.658	54.000	5,0%	-3.767	50.232	12,9%
Taxa de Administração	46.796	39.688	0	39.688	17,9%	0	39.688	17,9%
Estacionamento	128.735	132.591	3.512	129.079	-0,3%	-10.893	118.186	8,9%
Outros (Shopping)	12.246	11.295	0	11.295	8,4%	-349	10.945	11,9%
Varejo (Iguatemi 365 e I-Retail)	123.800	88.939	0	88.939	39,2%	0	88.939	39,2%
Receita Bruta	856.148	830.319	19.915	810.404	5,6%	-41.715	768.690	11,4%
Impostos e descontos	-91.261	-93.179	-1.758	-91.422	-0,2%	7.496	-83.925	8,7%
Receita Líquida	764.887	737.140	18.157	718.983	6,4%	-34.219	684.764	11,7%
Custos	-143.601	-133.595	-1.671	-131.923	8,9%	8.347	-123.576	16,2%
Despesas administrativas	-72.972	-68.292	-172	-68.119	7,1%	0	-68.119	7,1%
Despesas Pré-operacionais	-2.786	-1.543	0	-1.543	80,6%	0	-1.543	80,6%
Outras Receitas (Desp.) Operacionais	149.416	155.116	140.643	14.473	932,4%	-248	14.225	950,4%
Resultado de Equivalência Patrimonial	838	804	0	804	4,3%	0	804	4,3%
EBITDA	695.783	689.630	156.956	532.674	30,6%	-26.120	506.554	37,4%
Depreciação e Amortização	-72.363	-56.542	-270	-56.272	28,6%	-	-	-
EBIT	623.420	633.088	156.686	476.402	30,9%	-	-	-
Receitas Financeiras	118.760	63.313	0	63.313	87,6%	-	-	-
Resultado operação SWAP	0	0	0	0	n/a	-	-	-
Despesas Financeiras	-304.006	-330.826	-49.738	-281.087	8,2%	-	-	-
IR e CSLL	-64.859	-43.168	-8.017	-35.151	84,5%	-	-	-
Participação dos minoritários	-54	-56	0	-56	-2,9%	-	-	-
Lucro Líquido	373.261	322.352	98.932	223.421	67,1%	-	-	-
FFO	445.624	378.894	99.202	279.694	59,3%	-	-	-

(1) Visão recorrente, desconsidera as participações do Pátio Higienópolis e Pátio Paulista dos investidores parceiros da operação, como também o ganho de capital das vendas do Market Place e Galleria.

(2) Visão pro forma exclui o resultado dos ativos com alteração de participação societária entre os dois períodos, conforme tabela de comparabilidade (página 6).

ENDIVIDAMENTO E LIABILITY MANAGEMENT

Cronograma de Amortização da Dívida



Dados Consolidados (R\$ mil)	30/06/26	31/03/26	Var. %
Dívida Total	4.436.282	3.941.725	12,5%
Disponibilidades	2.298.069	2.033.267	13,0%
Dívida Líquida	2.138.213	1.908.458	12,0%
EBITDA (LTM)	1.292.761	1.437.961	-10,1%
EBITDA Ajustado (LTM) ⁽¹⁾	1.322.778	1.477.612	-10,5%
Dívida Líquida/EBITDA	1,65x	1,33x	0,33
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1,62x	1,29x	0,32
Custo da Dívida (% CDI)	101,9%	102,2%	-0,3 p.p.
Prazo da Dívida (anos)	4,7	4,5	0,22

Dívida Líquida/EBITDA: 1,81X
desconsiderando o ganho de capital das vendas de participações minoritárias no 1T26.

(1) Visão caixa; não inclui o pré pagamento da 2ª série da 11ª emissão de debênture (IGTAB1) realizado no dia 1º de julho de 2026.

Contato

Ciro Neto
CEO

Guido Oliveira
CFO e Diretor de Relações com Investidores

Marcos Souza
Diretor de Relações com Investidores e Planej. Integrado

Victor Barbosa
Gerente de Relações com Investidores

Victor Conceição
Analista de Relações com Investidores

Ana Beatriz Lima
Analista de Relações com Investidores

+55 11 3137-7134/ 7037

ri@lguatemi.com.br

<https://ri.lguatemi.com.br/>

Considerações referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Iguatemi, eventualmente expressas neste relatório, se constituem apenas em projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Iguatemi em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.

Shopping Iguatemi Esplanada



CONFERENCE CALL

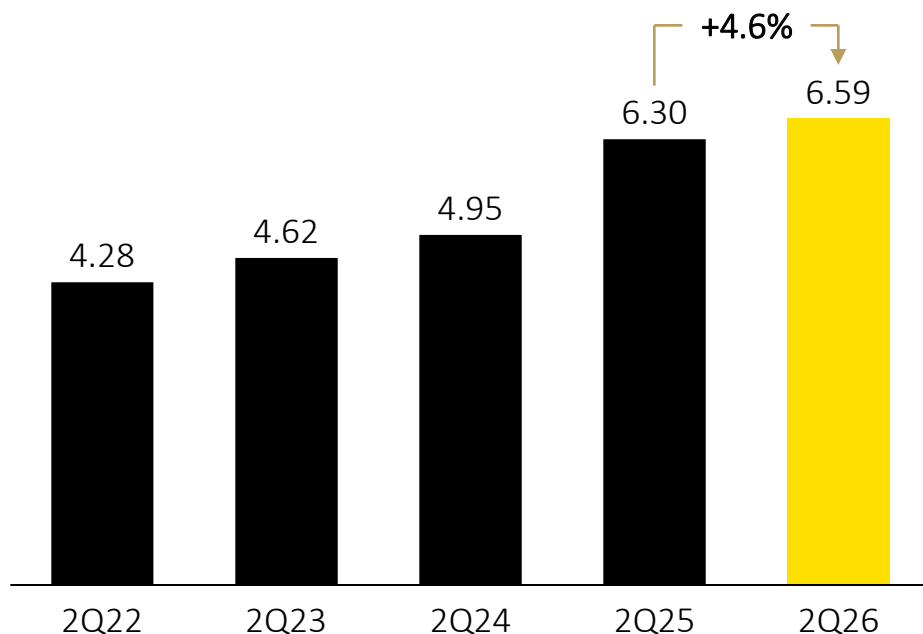
2 Q 2 6

Agenda

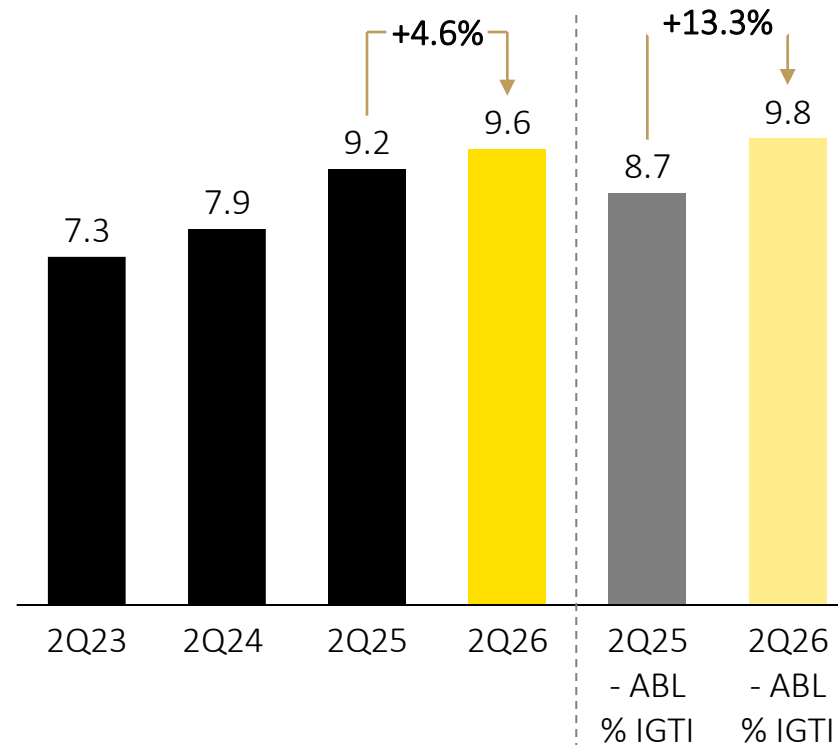
1. Quarter Highlights
2. Operational and Financial Performance

TOTAL SALES GROW 4.6% AND SAS MAINTAINS PROGRESS IN LINE WITH INFLATION

Total sales in 2Q's (R\$ billion)

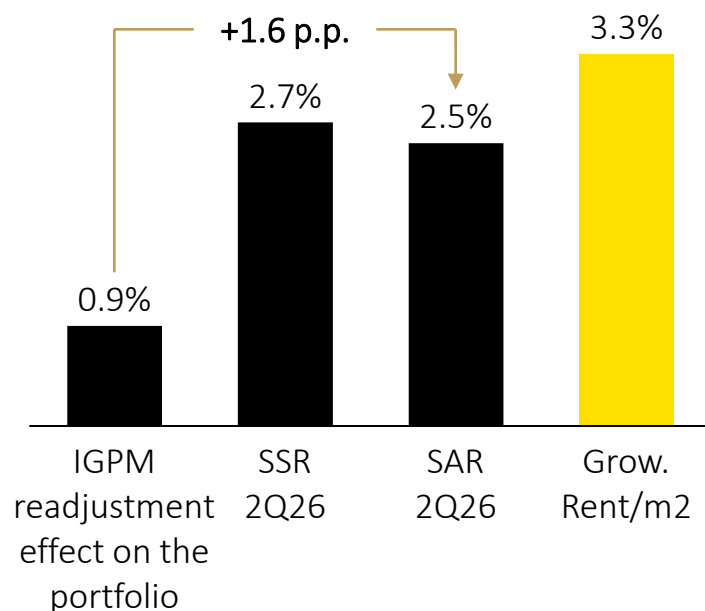


Sales Shopping malls per m² (R\$ thousands)

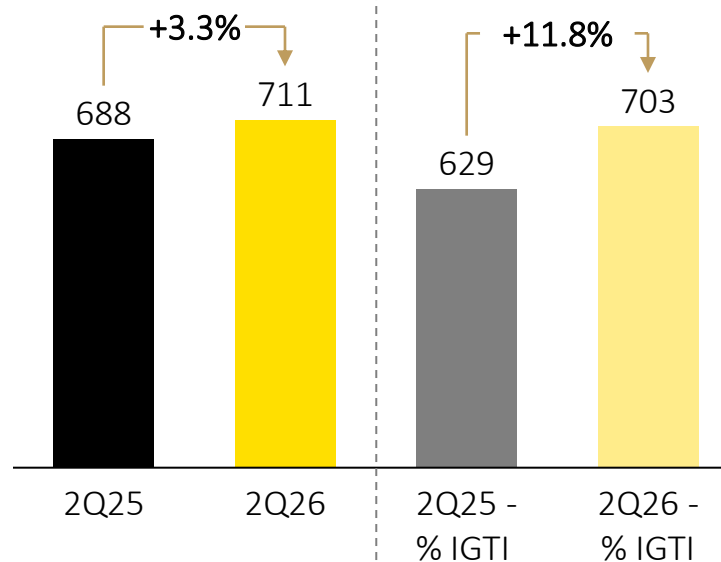


RENTALS ARE RISING FASTER THAN INFLATION, LEAVING ROOM FOR FURTHER PRICE INCREASES

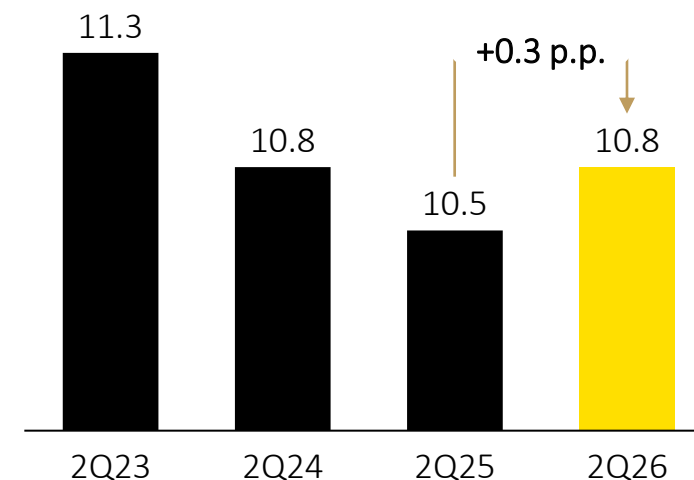
Real growth - SAR and Rental/m²



Rental per square meter (m²) – Shopping Malls (quarterly)

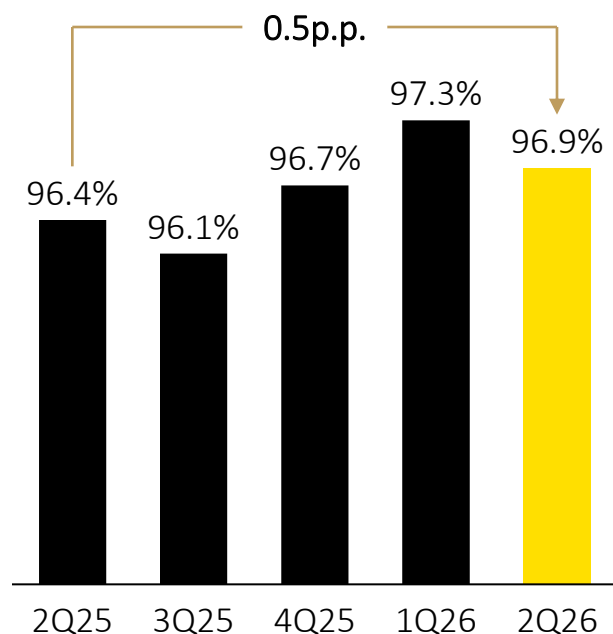


Progress in occupancy cost (% of sales) - quarter



OCCUPANCY RATE RISES TO 96.9% WITH THE EXPANSION OF GLOBAL BRANDS REINFORCING THE QUALITY OF THE PORTFOLIO

Occupancy rate progression (% GLA)



Iguatemi São Paulo was chosen by Dior to house a new 600 square meters store for the Maison



HIGHLIGHTS

- **Shopping RIOSUL:** inauguration of **H&M** and **Birkenstock**;
- **Iguatemi Campinas:** expansion of **Zara** to a new store of 2.8 thousand m², inauguration of **Carolina Herrera** and signing of a contract for **Birkenstock**;
- **Shopping Iguatemi São Paulo:** inauguration of the **Ara Vartanian** jewelry store and the **Dominique** kiosk (**Diptyque**), in addition to the signature for the **Ladurée**.
- **Shopping Pátio Higienópolis:** signing of a contract with the Casa Europa restaurant and with the **Foxton** and **Océane** brands;

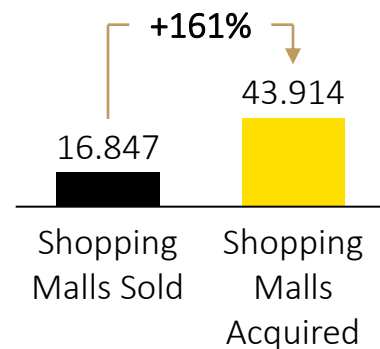
CAPITAL RECYCLING QUALIFIES PORTFOLIO AND GENERATES SHAREHOLDER VALUE

Between 2Q25 and 2Q26, Iguatemi adjusted its stake in 10 assets, reallocating capital to projects with higher productivity:

% Portfólio Iguatemi	2Q26	2Q25	1Q25
Pátio Higienópolis	↑ 29.0%	↑ 29.0%	11.5%
Pátio Paulista	↑ 14.5%	↑ 11.5%	0.0%
Rio Sul	16.6%	16.6%	↑ 16.6%
Market Place	↓ 51.0%	100.0%	100.0%
Market Place Torres	↓ 51.0%	100.0%	100.0%
Iguatemi Alphaville	↓ 51.0%	60.0%	60.0%
Galleria	↓ 51.0%	100.0%	100.0%
Iguatemi Ribeirão Preto	↓ 65.0%	89.0%	89.0%
Iguatemi Rio Preto	↓ 70.0%	88.0%	88.0%
Praia de Belas	↓ 50.6%	57.6%	57.6%

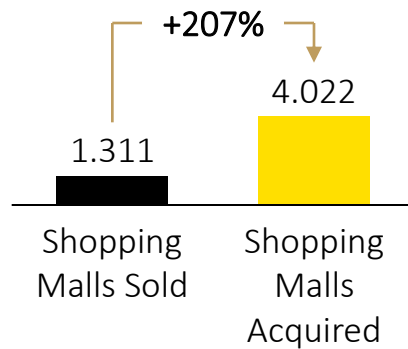
Sales in ShoppingMalls/sqm

LTM Vision – 2Q26

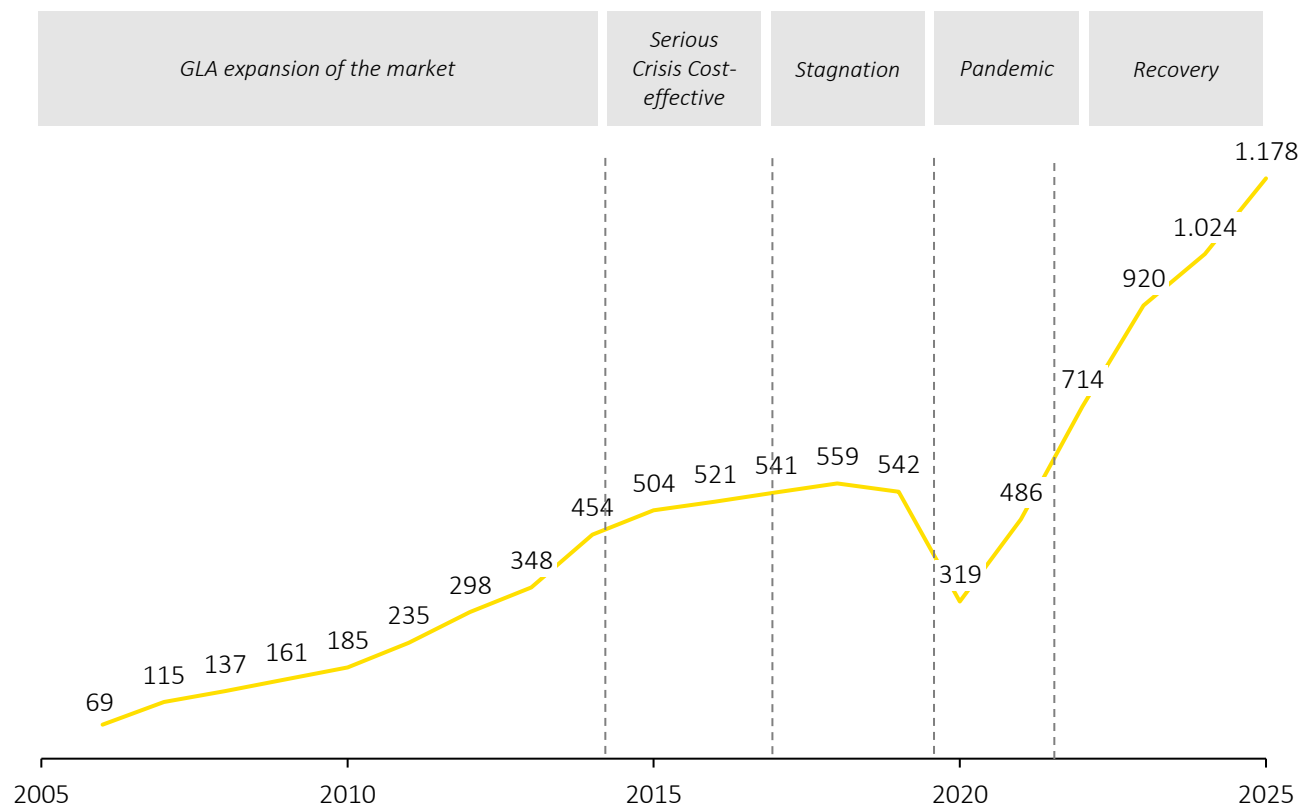


ShoppingMalls Rentals/sqm

LTM Vision – 2Q26



The combined result of these movements is visible in the trajectory of Adjusted EBITDA: since 2022, the indicator has registered a CAGR of 18.1%, a pace significantly higher than the growth of the industry.



STATUS OF DEVELOPMENT AND PORTFOLIO EXPANSION PROJECTS



	Iguatemi São Paulo	Iguatemi Brasília	Iguatemi Tower (Torre A)	Casa Figueira - Infrastructure
Expected Opening	1Q27	4Q27	2Q28	3Q26
Total GLA (thousand m2)	4.9	15.5	16.7	-
% Iguatemi	60.0%	64.0%	52.0%	24.8%
% Sold	70.0%	60.0%	-	6.1%
% Completed Physical Work	42.2%	1.5%	1.5%	87.7%
% Capex (million)	35.4%	12.5%	2.5%	46.6%

IGUATEMI – EXPERIENCES, CULTURE AND ESG COMMITMENT

IGUATEMI TALKS WELLNESS

- **Iguatemi Talks Wellness:** 1st edition at JK Iguatemi, bringing together national and international experts to discuss well-being, longevity and quality of life, with activations of partner brands.



CULTURE & EVENTS

- **Brasil Contemporâneo:** debates on the challenges and opportunities of Brazil, conducted by Fernando Schüller, with the participation of Professor HOC, Marcos Troyjo and Luiz Felipe Pondé.



- **Cine Vista:** 12th edition, with the exhibition of 23 films, 100% occupancy and bringing together more than 2 thousand people.
- **Arraiá Shopping RIOSUL:** 2nd edition of the event, bringing together more than 5 thousand people.
- **Pátio Gourmet:** 3th edition held at Pátio Higienópolis, bringing together 15 restaurants and attracting more than 8,000 visitors.

ESG REFERENCE

- **Sustainability Report:** publication of the 4th edition, reinforcing the evolution of the Company's ESG agenda.

RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2025



- **Environmental:** maintenance of 100% renewable energy, 94.3% reuse of waste and GHG Protocol Gold Seal.
- **Social:** emphasis on female leadership, 56% of the Executive Committee and 54% of the leaders occupied by women.
- **Governance:** maintenance in ISE B3, grade B in CDP and 94.3% approval of the Board of Directors.

Agenda

1. Quarter Highlights
- 2. Operational and Financial Performance**

KEY OPERATIONAL INDICATORS

Operational Indicators	2Q26	2Q25	Change %	06M26	06M25	Change %
Average Total GLA (m ²)	789,465	788,588	0.1%	780,732	769,820	1.4%
Final Owned GLA (m ²)	426,327	489,095	-12.8%	427,517	484,170	-11.7%
Average Owned GLA (m ²)	426,327	489,095	-12.8%	427,517	484,170	-11.7%
GLA Total Average Shopping Mall (m ²)	735,955	735,078	0.1%	736,140	716,310	2.8%
Average Owned GLA Shopping Mall (m ²)	399,757	448,445	-10.9%	400,947	443,521	-9.6%
Total Shopping Malls ⁽¹⁾	17	17	0.0%	17	17	0.0%
Total Sales (BRL thousand)	6,594,833	6,303,976	4.6%	12,275,201	11,341,450	8.2%
Same-Store Sales (SSS)	1.7%	12.1%	-10.4 p.p.	3.1%	9.4%	-6.3 p.p.
Same-Area Sales (SAS)	4.2%	14.4%	-10.1 p.p.	5.6%	11.7%	-6.1 p.p.
Same-Store Rents (SSR)	2.7%	10.4%	-7.7 p.p.	4.1%	7.4%	-3.3 p.p.
Same-area rents (SAR)	2.5%	10.0%	-7.4 p.p.	4.3%	7.2%	-2.9 p.p.
Occupancy Cost (% of sales)	10.8%	10.5%	0.3 p.p.	11.4%	11.1%	0.3 p.p.
Occupancy rate	96.9%	96.4%	0.5 p.p.	97.1%	96.5%	0.6 p.p.
Net Delinquency Rate	0.1%	0.3%	-0.2 p.p.	0.7%	0.7%	0.0 p.p.
Sales/m ² - Shopping Malls ⁽²⁾	9,609	9,190	4.6%	17,853	16,439	8,6%
Rental/m ² - Shopping Malls ⁽²⁾	711	688	3.3%	1,393	1,310	6,3%
Rental/m ² ⁽³⁾	631	610	3.3%	1,251	1,162	7,6%
Sales/m ² - Shopping Malls % IGTI ⁽⁴⁾	9,837	8,686	13.3%	17,976	15,949	12,7%
Rental/m ² - Shopping Malls % IGTI ⁽⁴⁾	703	629	11.8%	1,334	1,189	12,2%

(1) It considers Iguatemi Esplanada and Esplanada Shopping as one venture.

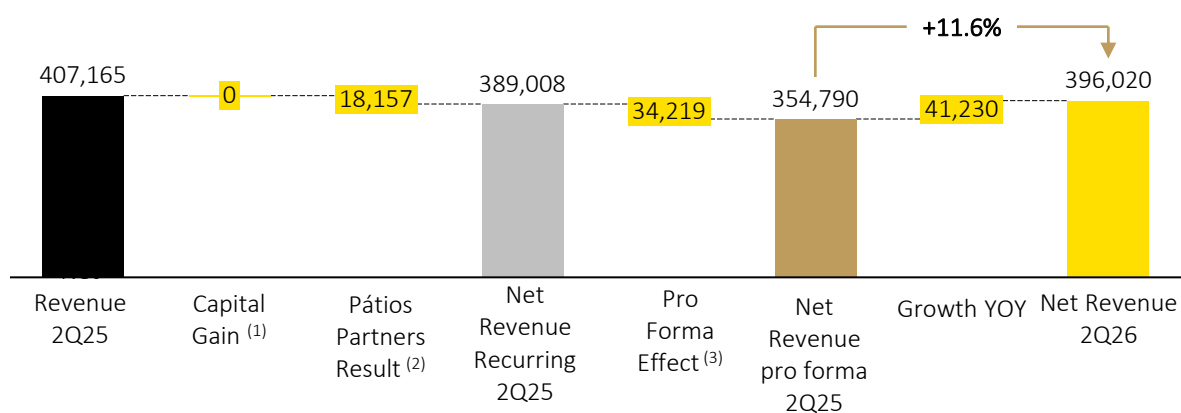
(2) It considers sales and rental revenue from shopping malls and total GLA shopping malls (excluding towers, outlets, and Power Center Iguatemi Campinas).

(3) It considers total GLA of shopping malls, outlets, and towers.

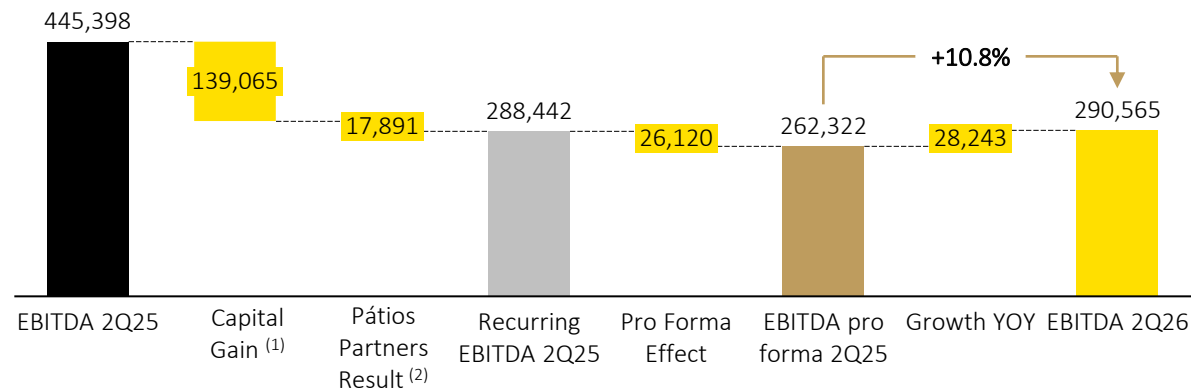
(4) Considers sales and rental revenue from shopping malls and GLA of shopping malls in the Company's participation (excludes towers, outlets and Power Center Iguatemi Campinas).

COMPARISON OF RESULTS ADJUSTED FOR M&AS

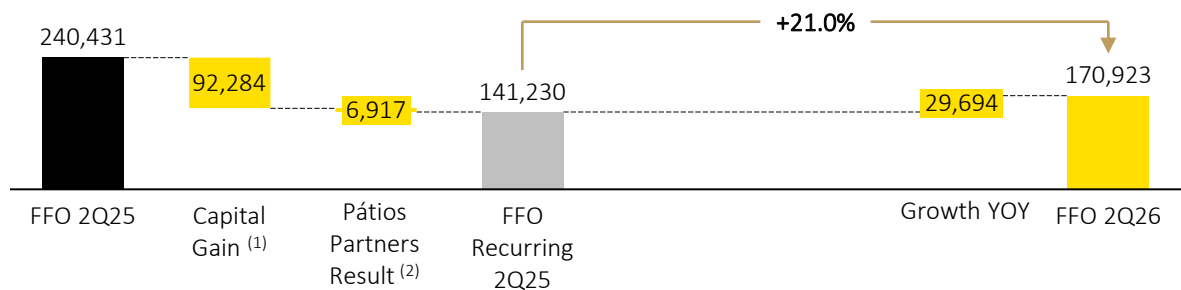
Adjusted Net Revenue Breakdown (R\$ million)



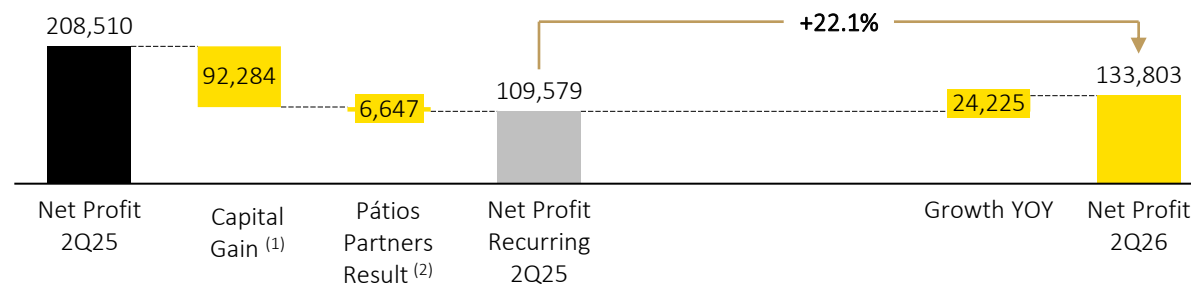
Adjusted EBITDA Breakdown (R\$ million)



Recurring Adjusted FFO Breakdown (BRL million)



Recurring Adjusted Net Profit Breakdown (BRL million)



(1) Capital gain from the sale of Interests in the Market Place Shopping Center and Shopping Center Galleria;

(2) Recurring view, disregards the stakes of Pátio Higienópolis and Pátio Paulista of the investors who are partners of the operation, as well as the capital gain from the sales of Market Place and Galleria.

(3) Pro forma view excludes the result of assets with a change in equity interest between the two periods, as shown in the comparability table (page 6).

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE – PRO FORMA

Adjusted Managerial Income Statement – Reconciliation of Recurring and pro forma	2Q26 excluding straight-line effect	2Q25 excluding straight-line effect	% partners and capital gain adjustment	2Q25 Recurring	2Q26 vs 2Q25 Recurring	Pro Forma adjustment	2Q25 pro forma	2Q26 vs 2Q25 pro forma
Minimum monthly rental	217,947	246,127	13,696	232,431	-6.2%	-24,489	207,942	4.8%
Percentage Rental	29,742	29,943	1,048	28,895	2.9%	-2,216	26,679	11.5%
Temporary lease	31,123	31,749	1,658	30,091	3.4%	-3,767	26,323	18.2%
Management fee	23,882	20,469	0	20,469	16.7%	0	20,469	16.7%
Parking	65,354	72,539	3,512	69,027	-5.3%	-10,893	58,134	12.4%
Others (Mall)	6,236	4,717	0	4,717	32.2%	-349	4,368	42.8%
Retail (Iguatemi 365 and I-Retail)	67,111	53,334	0	53,334	25.8%	0	53,334	25.8%
Gross Revenue	441,394	458,878	19,915	438,964	0.6%	-41,715	397,249	11.1%
Taxes and discounts	-45,374	-51,713	-1,758	-49,955	-9.2%	7,496	-42,459	6.9%
Net Revenue	396,020	407,165	18,157	389,008	1.8%	-34,219	354,790	11.6%
Costs	-72,979	-72,555	-1,671	-70,883	3.0%	8,347	-62,536	16.7%
Administrative expenses	-36,019	-32,359	-172	-32,187	11.9%	0	-32,187	11.9%
Pre-Operational Expenses	-1,704	-1,088	0	-1,088	56.6%	0	-1,088	56.6%
Other Revenues (Exp.) Operating	4,881	143,824	140,643	3,181	53.5%	-248	2,933	66.4%
Income using the equity equivalence	366	411	0	411	-10.9%	0	411	-10.9%
EBITDA	290,565	445,398	156,956	288,442	0.7%	-26,120	262,322	10.8%
Depreciation and amortization	-37,120	-31,921	-270	-31,651	17.3%	-	-	-
EBIT	253,445	413,477	156,686	256,790	-1.3%	-	-	-
Financial Revenues	61,555	25,674	0	25,674	139.8%	-	-	-
Result from SWAP operation	0	0	0	0	n/a	-	-	-
Financial Expenses	-146,051	-211,147	-49,738	-161,408	-9.5%	-	-	-
Income Tax & Social Contribution on Net Profit (CSLL)	-35,114	-19,465	-8,017	-11,448	206.7%	-	-	-
Minority interest	-31	-29	0	-29	5.2%	-	-	-
Net profit	133,803	208,510	98,932	109,579	22.1%	-	-	-
FFO	170,923	240,431	99,202	141,230	21.0%	-	-	-

(1) Recurring basis, excluding the interests held by operating partners in Pátio Higienópolis and Pátio Paulista, as well as the capital gains from the sales of Market Place and Galleria.

(2) Pro forma basis, excluding the results of assets whose ownership stakes changed between the two periods, as presented in the comparability table (page 6).

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE – PRO FORMA

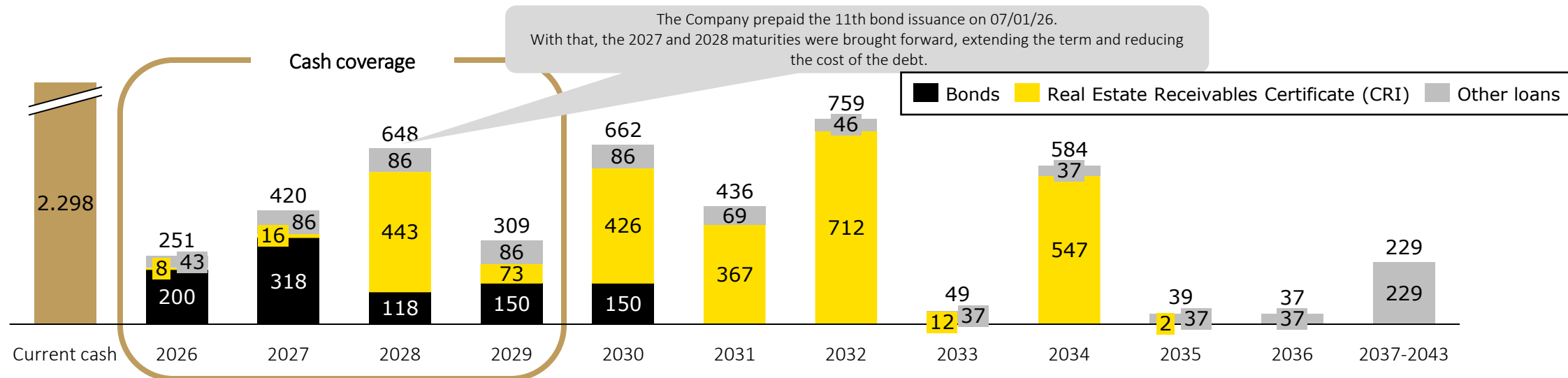
Adjusted Managerial Income Statement – Reconciliation of Recurring and pro forma	6M26 excluding straight-line effect	6M25 excluding straight-line effect	% partners and capital gain adjustment	6M25 Recurring	6M26 vs 6M25 Recurring	Pro Forma adjustment	6M25 pro forma	6M26 vs 6M25 pro forma
Minimum monthly rental	438,436	456,611	13,696	442,915	-1.0%	-24,489	418,426	4.8%
Percentage Rental	49,447	45,537	1,048	44,489	11.1%	-2,216	42,273	17.0%
Temporary lease	56,689	55,658	1,658	54,000	5.0%	-3,767	50,232	12.9%
Management fee	46,796	39,688	0	39,688	17.9%	0	39,688	17.9%
Parking	128,735	132,591	3,512	129,079	-0.3%	-10,893	118,186	8.9%
Others (Mall)	12,246	11,295	0	11,295	8.4%	-349	10,945	11.9%
Retail (Iguatemi 365 and I-Retail)	123,800	88,939	0	88,939	39.2%	0	88,939	39.2%
Gross Revenue	856,148	830,319	19,915	810,404	5.6%	-41,715	768,690	11.4%
Taxes and discounts	-91,261	-93,179	-1,758	-91,422	-0.2%	7,496	-83,925	8.7%
Net Revenue	764,887	737,140	18,157	718,983	6.4%	-34,219	684,764	11.7%
Costs	-143,601	-133,595	-1,671	-131,923	8.9%	8,347	-123,576	16.2%
Administrative expenses	-72,972	-68,292	-172	-68,119	7.1%	0	-68,119	7.1%
Pre-Operational Expenses	-2,786	-1,543	0	-1,543	80.6%	0	-1,543	80.6%
Other Revenues (Exp.) Operating	149,416	155,116	140,643	14,473	932.4%	-248	14,225	950.4%
Income using the equity equivalence	838	804	0	804	4.3%	0	804	4.3%
EBITDA	695,783	689,630	156,956	532,674	30.6%	-26,120	506,554	37.4%
Depreciation and amortization	-72,363	-56,542	-270	-56,272	28.6%	-	-	-
EBIT	623,420	633,088	156,686	476,402	30.9%	-	-	-
Financial Revenues	118,760	63,313	0	63,313	87.6%	-	-	-
Result from SWAP operation	0	0	0	0	n/a	-	-	-
Financial Expenses	-304,006	-330,826	-49,738	-281,087	8.2%	-	-	-
Income Tax & Social Contribution on Net Profit (CSLL)	-64,859	-43,168	-8,017	-35,151	84.5%	-	-	-
Minority interest	-54	-56	0	-56	-2.9%	-	-	-
Net profit	373,261	322,352	98,932	223,421	67.1%	-	-	-
FFO	445,624	378,894	99,202	279,694	59.3%	-	-	-

(1) Recurring basis, excluding the interests held by operating partners in Pátio Higienópolis and Pátio Paulista, as well as the capital gains from the sales of Market Place and Galleria.

(2) Pro forma basis, excluding the results of assets whose ownership stakes changed between the two periods, as presented in the comparability table (page 6).

ENDIVIDAMENTO E LIABILITY MANAGEMENT

Debt amortization schedule - Annual (R\$ millions)



Consolidated Data (BRL thousand)

	03/30/26	03/31/26	Change %
Total Deb	4,436,282	3,941,725	12.5%
Cash and Cash Equivalents	2,298,069	2,033,267	13.0%
Net Debt	2,138,213	1,908,458	12.0%
EBITDA (LTM)	1,292,761	1,437,961	-10.1%
Adjusted EBITDA (LTM)(1)	1,322,778	1,477,612	-10.5%
Net Debt/EBITDA	1.65x	1.33x	0.33
Net Debt/Adjusted EBITDA (1)	1.62x	1.29x	0.32
Cost of Debt (% CDI)	101.9%	102.2%	-0.3 p.p.
Debt Term (years)	4.7	4.5	0.22

Net Debt/EBITDA: 1.60X
disregarding capital gain
and sales of minority
stakes in 1Q26 and 2Q25.

(1) Cash basis; does not include the early redemption of the 2nd series of the 11th debenture issuance (IGTAB1), carried out on July 1, 2026.

Contact

Ciro Neto
CEO

Guido Oliveira
CFO and IR Officer

Marcos Souza
IR Director

Victor Barbosa
IR Manager

Victor Conceição
IR Analyst

Ana Beatriz Lima
IR Analyst

+55 11 3137-7134/ 7037

ri@lguatemi.com.br

<https://ri.lguatemi.com.br/>

Considerations regarding the business prospects, estimates of operating and financial results, and Iguatemi's growth prospects, which may be expressed in this report, are only projections and, as such, are based exclusively on the expectations of Iguatemi's management regarding the future of the business and its continued access to capital to finance the Company's business plan. Such considerations depend substantially on changes in market conditions, government rules, competitive pressures, the performance of the sector and the Brazilian economy, among other factors, and are therefore subject to change without notice.