TRISUL

Apresentação Institucional



VISÃO GERAL

OVERVIEW DA TRISUL

Incosul Incorporação e Construção
+
Tricury Construções e Participações
=
TRISUL

+ de 40 anos
de experiência

+ de 350
empreendimentos entregues

+ de 60 mil
unidades entregues

Highlights **Financeiros** e **Operacionais** em **2025**

R$ 2,9 bi Lançamentos	**R$ 1,8 bi** Vendas Brutas	**R$ 786 MM** Entregas
R$ 1,4 bi Receita Líquida	**R$ 213 MM** Lucro Líquido[1]	**14,4%** ROE

Presença com foco na **cidade de São Paulo**



LINHA DO TEMPO

Da fusão de 2007 ao recorde de lançamentos em 2025

2007 — Fusão **Tricury e Incosul** gerando a **Trisul e IPO**

2008 — Começo da **expansão geográfica**

2011 — Início da **desalavancagem** e melhoria dos **processos internos**

2012 — Fase de concentração geográfica na cidade de **São Paulo**

2013 — Entregas com geração de **caixa consistente**

2015 — **Nova marca** e consolidação da Trisul House

2017 — **Ciclo Virtuoso:** forte aumento dos resultados financeiros e lucratividade

2019 — Concluída operação de **Follow-On de R$ 405 milhões em setembro de 2019**

2021 — Maior volume de lançamentos da Trisul até então, de **R$ 1,7 bilhão em VGV**

2025 — **Maior volume de vendas brutas da Trisul**, atingindo R$ 1,8 bilhão, e **lançamentos com R$ 2,9 bilhões em VGV**

GESTÃO PROFISSIONAL



João Eduardo de Azevedo Silva

– Diretor-Presidente

- Atuou por 20 anos na Even Construtora, como Diretor Executivo de Incorporações, Vice-Presidente, Co-CEO e COO até janeiro de 2024
- Engenheiro de incorporação na Gafisa por 6 anos



Fernando Salomão

– Diretor Vice-Presidente Financeiro e de RI

- Foi Diretor Administrativo da companhia entre 2007 e 2011
- Atua no mercado imobiliário desde 1995

1

O Setor



POR QUE A CIDADE DE SÃO PAULO?

Escala, renda e regulação sustentam a demanda imobiliária



Relevância Demográfica e Econômica

- **Maior centro urbano do país**, com **11,5 milhões** de habitantes (IBGE, 2022)
- O Estado de São Paulo concentra aproximadamente **30,2% do PIB** nacional, refletindo elevada atividade econômica
- **PIB per capita de R$ 66,9 mil/ano**, sustentando demanda imobiliária estrutural e resiliente



Ambiente Regulatório Favorável e Vetores de Crescimento

- Plano Diretor Estratégico (PDE) estimula adensamento e **verticalização** ao longo dos **eixos de transporte**
- Ampliação do **potencial** construtivo **via ZEUs**, criando oportunidades para novos desenvolvimentos
- Atualizações no **Minha Casa Minha Vida** (MCMV) ampliam o **acesso ao crédito** e reforçam a demanda habitacional

Nota: ZEU – Zona Eixo de Estruturação da Transformação Urbana, prevista no Plano Diretor Estratégico de São Paulo (2014).

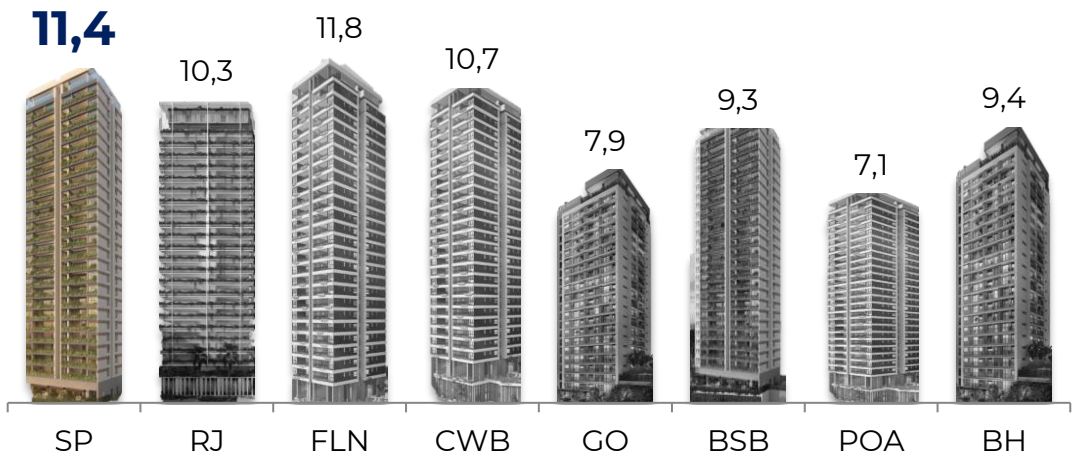
POR QUE A CIDADE DE SÃO PAULO?

O mercado mais líquido do país, com preços entre os mais altos

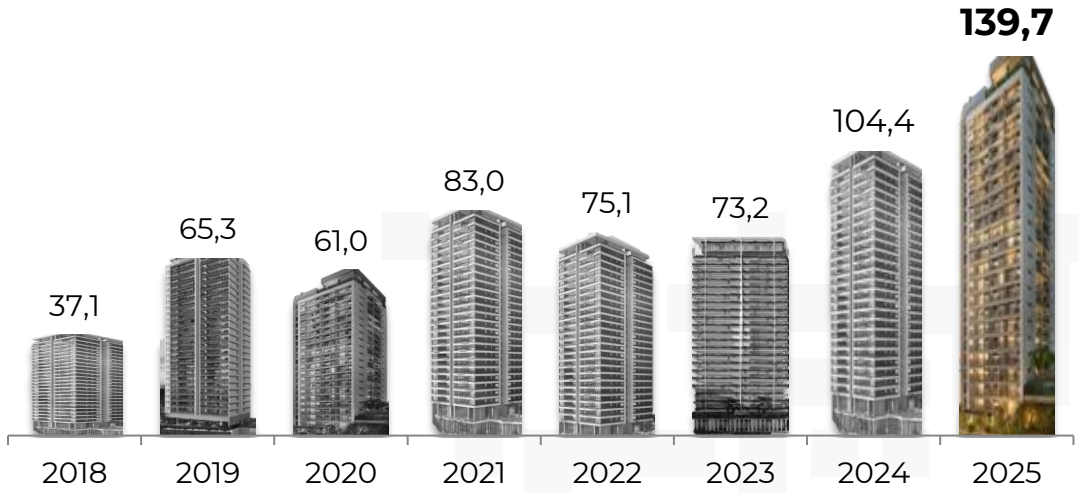
Liquidez, Valorização e Infraestrutura Consolidada

- **Mercado mais líquido do Brasil**, com forte presença de investidores **institucionais e fundos imobiliários**
- **Infraestrutura urbana completa** (transporte, empregos, serviços, educação e lazer), favorecendo **absorção contínua**
- **Um dos maiores preços médios de venda residencial** do país (~R$ 11,4 mil/m²), com histórico consistente de lançamentos e valorização

Preço Médio de Venda de Imóveis Residenciais (Capitais)[1]



Lançamentos Residenciais em São Paulo (em Milhares de Unidades)[2]



Notas: (1) Preço Médio de Venda de Imóveis Residenciais – Índice FipeZAP e Cidades Monitoradas – (em R$ mil/m²) (base dez/25). (2) Lançamentos residenciais na cidade de São Paulo – Secovi-SP, Pesquisa do Mercado Imobiliário.

2

A Trisul



PRINCIPAIS DIFERENCIAIS DA TRISUL

Quatro diferenciais sustentam a tese de investimento

1. **Atuação complementar em MAP e ELEV**, combinando diferenciação de produto no segmento premium com eficiência, escala e aderência à demanda no econômico

2. **Plataforma verticalizada com controle das etapas críticas do ciclo imobiliário**, da originação do terreno ao desenvolvimento, construção, comercialização e entrega

3. **Vantagens competitivas sustentadas por *landbank* qualificado em São Paulo**, inteligência comercial e capacidade de lançar produtos assertivos em diferentes perfis de micromercado

4. **Plataforma comercial própria e segmentada**, com elevada capilaridade, forte assertividade de vendas e ganhos de eficiência: a despesa comercial caiu de 8,7% (6M25) para 6,9% (6M26) das vendas líquidas

OVERVIEW DAS LINHAS DE PRODUTOS

MAP diferencia, ELEV escala

A SEGMENTO DE MÉDIO E ALTO PADRÃO

- Atuação concentrada em mercados privilegiados, com empreendimentos desenhados sob medida, combinando conceito, qualidade, sofisticação e exclusividade
- Proposta de valor sustentada por elevado padrão de acabamentos, áreas comuns completas e constante atualização em design, produto e tendências de consumo
- Plataforma suportada por equipe experiente e renomada, com forte inteligência comercial e histórico consistente de leitura de mercado e desenvolvimento de produto

Principais Marcas a LIFESTYLE BOUTIQUE by TRISUL · THE collection

Preço de Venda Acima de R$ 11 mil/m²

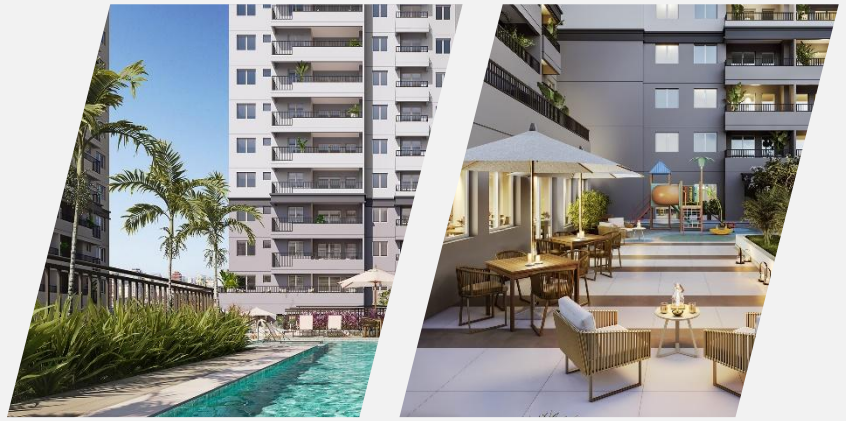


B SEGMENTO ECONÔMICO

- Modelo operacional disciplinado, sustentado por racionalização de projetos, padronização construtiva e busca contínua por eficiência
- Desenvolvimento de produtos com elevada aderência ao público-alvo, por meio de adaptação a diferentes dinâmicas de mercado e necessidades de consumo
- Criatividade na concepção dos empreendimentos, assegurando soluções funcionais, competitivas e comercialmente assertivas

Principais Marcas elev

Preço de Venda ~R$ 9 mil/m²



1 A SEGMENTO DE MÉDIO E ALTO PADRÃO

Terrenos grandes em bairros de desejo, com arquitetura assinada



Foco em bairros de desejo e micromercados estratégicos da cidade de São Paulo, eixos de mobilidade e pontos de acesso importantes



Empreendimentos com conceito, design, qualidade construtiva e valor agregado, desenvolvidos por escritórios de arquitetura renomados



Terrenos de grande porte (5.000 m² a 6.500 m²), permitindo melhor implantação das torres, áreas comuns generosas e plantas diferenciadas



Possibilidade de desenvolver projetos impactantes, com melhor distribuição de garagem e maior qualidade de vida

1 A ÚLTIMOS EMPREENDIMENTOS DA LINHA MAP – Lançados

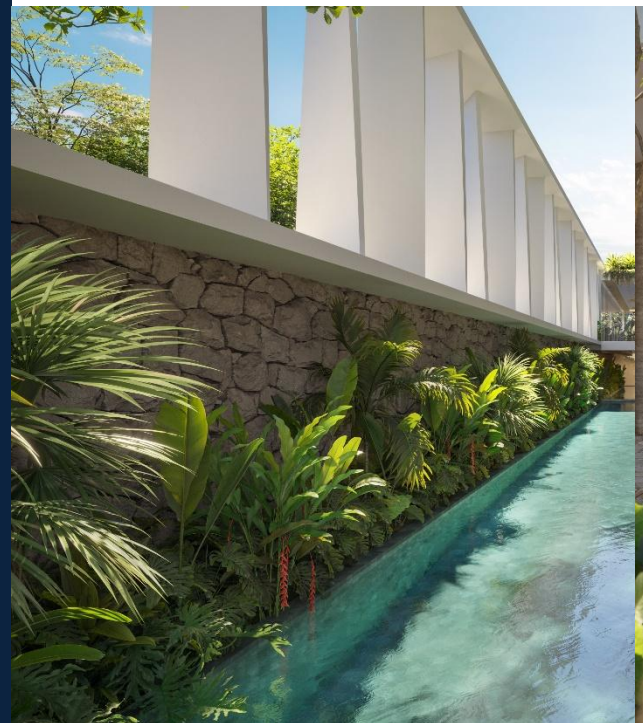
O PERFIL DE PRODUTO ADEQUADO PARA O CLIENTE DE ALTÍSSIMO PADRÃO

Projeto Gran Oscar Ibirapuera: 6.289 m² de terreno

- **4 Suítes**
- **A partir de 371 m²**
- **Sports Bar**
- **Quadra de Tênis Coberta**
- **4 ou 6 Vagas**
- **Piscina**

VGV R$ 1.199 MM











1 A ÚLTIMOS EMPREENDIMENTOS DA LINHA MAP – Lançados

O PERFIL DE PRODUTO ADEQUADO PARA O CLIENTE DE ALTO PADRÃO

Projeto Quarten Ibirapuera: 6.083 m² de terreno

- **4 Quartos**
- A partir de **164 m²**
- **Sports Bar**
- **Quadra de Tênis**
- **2 a 3** Vagas
- **Piscina**

VGV R$ 668 MM









1 B

DIFERENCIAIS DA LINHA ELEV

Produto clube, perto do metrô, das Faixas 2 a 4 ao investidor

Terrenos estrategicamente localizados, próximos a linhas de metrô, eixos de transporte e infraestrutura urbana

Plantas inovadoras, incluindo opções de 37 m² com 2 dormitórios, sendo 1 suíte, além de layouts flexíveis para diferentes fases de vida e perfis familiares

Produto “Clube” com lazer completo, áreas comuns entregues decoradas e mobiliadas, e atributos de condomínio premium, elevando a experiência do morador

Amplitude de público: atende diferentes perfis de renda, das Faixas 2 a 4 do MCMV ao investidor, com facilidade na entrada e condições de pagamento acessíveis

1 B

A EXPERIÊNCIA QUE VIRA VANTAGEM COMPETITIVA

Mais de uma década e meia desenhando, construindo e entregando moradia de qualidade no segmento econômico — com método, escala e disciplina financeira

+14.000

unidades lançadas no padrão econômico

+17 anos

de atuação contínua no segmento desde 2009

Estado de SP

capital, região metropolitana e interior — hoje com foco na capital

Faixas 2–4

MCMV e público investidor atendidos

1 B

17 ANOS NO PADRÃO ECONÔMICO – MCMV

Cada ciclo econômico atravessado virou processo, produto e relacionamento com a CEF

9.618 unidades
lançadas entre 2009 e 2023

2009–2010	2011–2016	2017–2018	2019–2023	2024–2026
Colina Amaralina	Max Club 2	Conquista Amaralina 2	Elev Vila Prudente	Vila Verde Sabará 4
Moradas do Bosque	Allegro Cotia 1	Pq. Estação Jandira 1	Conquista Amaralina 5 e 6	Elev Park Sacomã 1, 2 e 3
Vida Plena Itaquera	Allegro Cotia 2	Pq. Estação Jandira 2	Vivamar Andorinha	Vila Boulevard Mooca 1
Max Club	Pq. Estação Jandira	Vivamar Bem-Te-Vi	Elev Barra Funda	Elev Butantã
Pq. do Jatobá	Conquista Amaralina	Conquista Amaralina 3	Elev Alto do Ipiranga	Elev Ipiranga 1
Vida Plena Cotia 1 e 2		Vivamar Canário		Vila Boulevard Mooca 2
Vida Plena Campolim 1 e 2		Conquista Amaralina 4		Elev Anhaia Mello 1
Viva Bem Ribeirão		Elev Araçatuba		
		Elev Brás		
		Vivamar Sabiá		

Resiliência comprovada: entregas em todos os cenários macroeconômicos da última década e meia — 9.618 unidades lançadas entre 2009 e 2023.

1 B

KNOW-HOW OPERACIONAL

O método que melhora o perfil de risco: **previsibilidade de caixa e eficiência de capital**

Fluxo CEF estruturado

- Laudo de engenharia da CEF obtido antes do lançamento
- Assinatura do PJ em até 30 dias
- Início do repasse em até 60 dias

Estrutura para escala

- Equipe de engenharia consolidada
- Separação clara entre Engenharia e Suprimentos
- Base para lançamentos mais consistentes

Engenharia de funding

- Produção financiada via crédito associativo FGTS
- Menor descasamento entre obra, vendas e caixa
- Capital de giro mais leve por projeto

Resultado: caixa deixa de ser consequência e passa a ser projeto — mais previsibilidade, menos capital empatado e melhor perfil de risco.

1 B

DOMÍNIO DO PRODUTO

Sabemos exatamente o que o mercado econômico quer

Eficiência de área

Tipologias de 25, 34 e 37 m² calibradas para o teto de cada faixa do MCMV.

Conceito “Clube”

Lazer completo e áreas comuns entregues decoradas e mobiliadas.

Localização premium

Terrenos junto a estações de metrô e eixos de transporte de massa.

Plantas diferenciadas

Opções com varanda e suíte — um dos poucos com 37 m² e 2 dormitórios, sendo 1 suíte.

Público amplo

Atende Faixas 2 a 4 do MCMV e também o público investidor.

Segurança e ESG

Segurança 24h, com atenção à sustentabilidade e à mobilidade.

MCMV — FAIXAS ATENDIDAS

Renda bruta familiar mensal e teto de valor do imóvel

FAIXA 2	**R$ 3.200,01 – R$ 5.000**	**Teto R$ 275 mil**
FAIXA 3	**R$ 5.000,01 – R$ 9.600**	**Teto R$ 400 mil**
FAIXA 4	**R$ 9.600,01 – R$ 13.000**	**Teto R$ 600 mil**

Produto calibrado para o teto de cada faixa — e também para o investidor que busca ticket de entrada acessível.

Fontes: Portaria MCid nº 333/2026, publicada no DOU em 01/04/2026 (renda das Faixas 1 a 3), e Conselho Curador do FGTS, mar/26 (Faixa 4 e tetos de valor do imóvel).
O teto das Faixas 1 e 2 varia por município, até R$ 275 mil.

1 B

PRINCIPAIS EMPREENDIMENTOS DA LINHA ELEV – Lançados

O PERFIL DE PRODUTO ADEQUADO PARA O PRIMEIRO IMÓVEL E O INVESTIDOR

Minha Casa Minha Vida



Projeto ELEV BUTANTÃ: 2.834 m² de terreno

1 a 2 Dormitórios

735 Unidades

Apartamentos de **25 m² a 38 m²**

1 Torre Residencial

Piscina

Em frente ao **metrô**

VGV R$ 262 MM







1 B

PRINCIPAIS EMPREENDIMENTOS DA LINHA ELEV – Lançados

O PERFIL DE PRODUTO ADEQUADO PARA AS FAIXAS 2 A 4 DO MCMV

Minha Casa Minha Vida



Projeto ELEV IPIRANGA: 5.700 m² de terreno

1 a 2 Dormitórios

988 Unidades

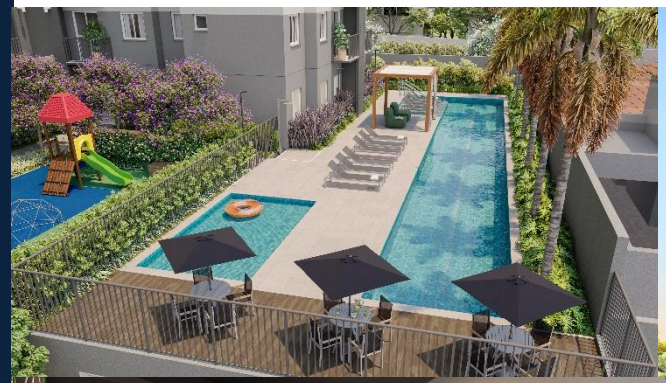
Apartamentos de **25 m² a 40 m²**

4 Torres Residenciais

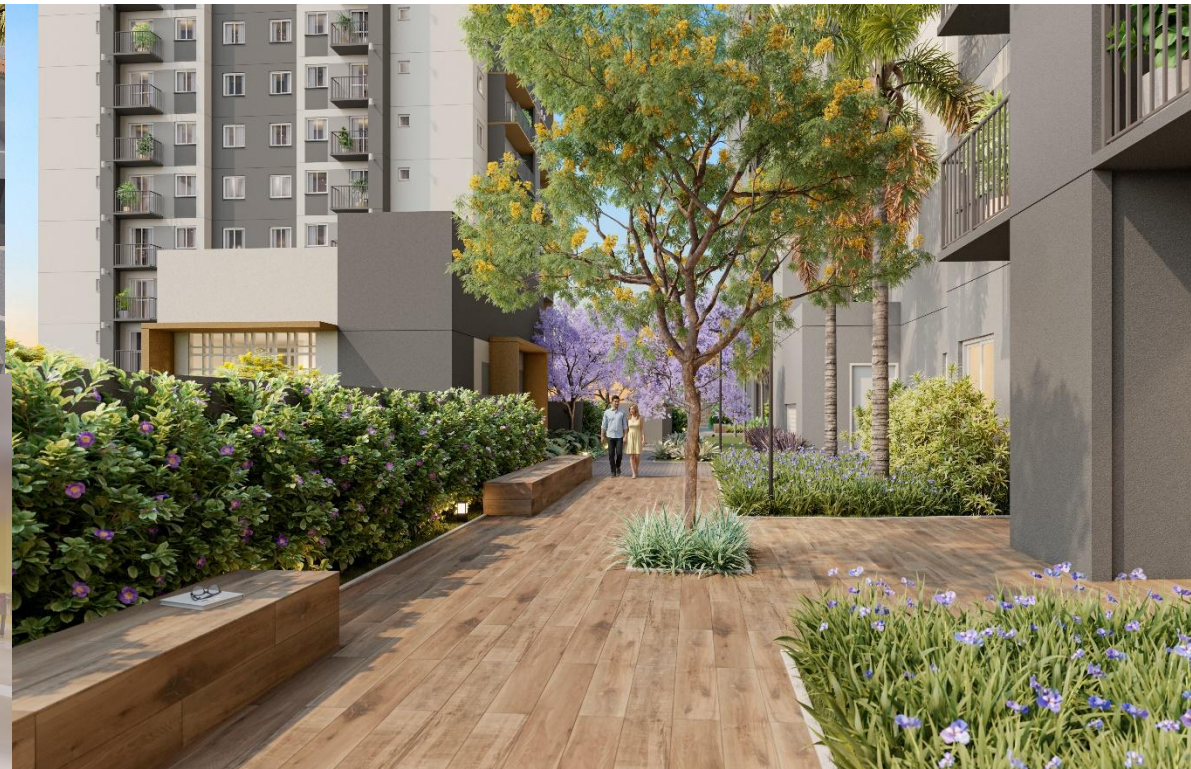
Piscina

VGV R$ 331 MM

2 fases · Fase 1 (mar/26): 494 un., R$ 171 MM







1 B

POR QUE A LINHA ELEV?

Experiência, produto e disciplina financeira no mesmo ativo

Experiência.
+14 mil unidades lançadas e 17 anos de atuação comprovam o domínio do segmento.

Produto certo.
Tipologias eficientes, conceito clube e localização junto ao transporte.

Eficiência de capital.
Fluxo CEF estruturado e funding FGTS melhoram caixa e perfil de risco.

Construir mais que apartamentos: ELEVar vidas.

elev
CONSTRUIR HISTÓRIAS. ELEVAR VIDAS.

2

CICLO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

Do terreno à entrega, com as etapas críticas dentro de casa

- **Atuação em dupla frente: MAP e ELEV**
- **Modelo de negócios verticalizado**
- **Estrutura própria de vendas**
- **Disciplina de capital**
- **Atuação multidisciplinar com acompanhamento de comitê**

1 Originação de terrenos	2 Desenvolvimento do produto	3 Aprovação e estruturação	4 Lançamento e vendas	5 Construção e entrega
Terrenos em localizações estratégicas de São Paulo, com foco em mobilidade, liquidez e potencial de valor	**Definição do melhor produto para cada terreno** com base em demanda, concorrência e perfil do público-alvo	**Licenciamento, planejamento comercial e estruturação do projeto**, com flexibilidade na aquisição dos terrenos e no funding	**Pré-marketing, estande como termômetro de demanda e comercialização** via equipe própria e parceiros	Execução com **equipe própria de engenharia, controle de custos, qualidade e cronograma**

O QUE BUSCAMOS

Localizações premium em bairros de desejo, com elevada capacidade comercial e potencial de diferenciação de produto

Terrenos de grande porte, capazes de suportar projetos mais impactantes, com melhor implantação e atributos de condomínio-clube

Ativos únicos e de difícil replicação, com características que os tornam verdadeiros objetos de desejo e sustentam alta demanda

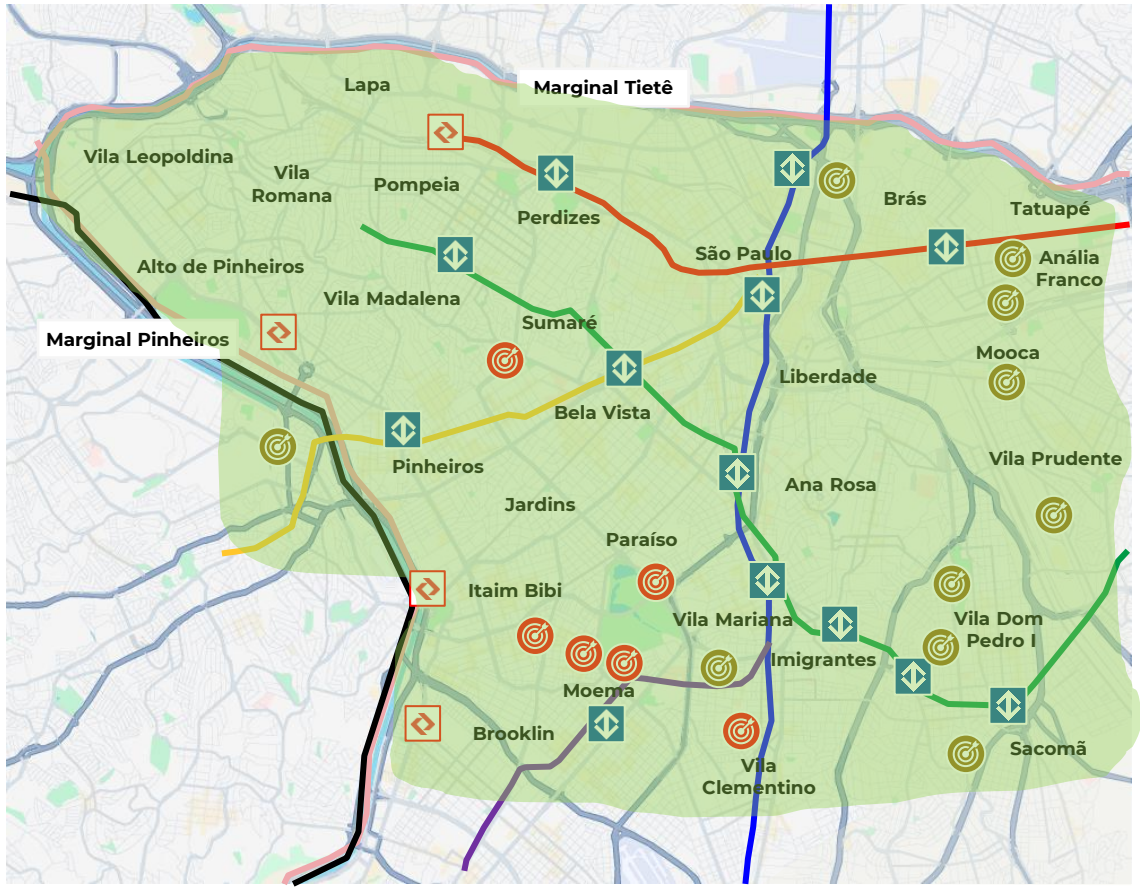
Aquisições com disciplina de capital, priorizando estruturas em permuta ou com baixo desembolso inicial

3

LANDBANK PREMIUM EM SÃO PAULO

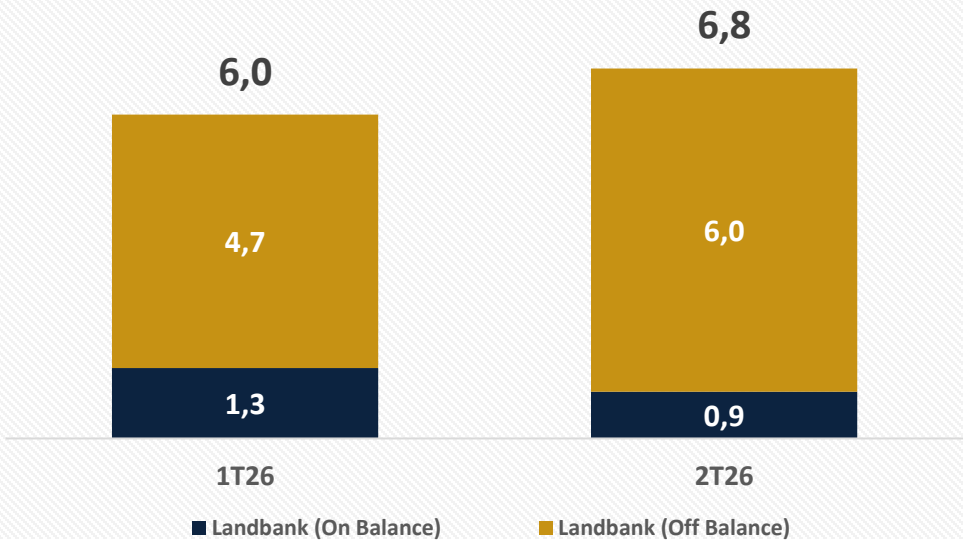
R$ 6,8 bi de landbank, 55% em MCMV, com baixo capital imobilizado

Valor Geral de Vendas (VGV)



Visão Geral do Landbank

Landbank Trisul (VGV em R$ bilhões)



- ~R$ 3,1 bilhões de landbank *(on e off balance)* no **segmento MAP**;
- **~R$ 3,7 bilhões de landbank (*on e off balance)*** no **segmento econômico**;
- Foco nas zonas Sul, Oeste e Leste (ELEV) da cidade de São Paulo;
- Terrenos próximos ao metrô e a importantes pontos de acesso;
- **Giro rápido entre aquisição e lançamento, com permuta e baixo desembolso inicial, elevando o ROIC.**

Off balance: terrenos em prospecção, sem desembolso. On balance: terrenos já adquiridos.

4

EFICIÊNCIA COMERCIAL E PERFORMANCE DE VENDAS

Estoque pronto de 5,8% (dez/25): 3º menor entre 13 empresas

Equipe própria segmentada: vendas organizadas por linha de produto (MAP e ELEV), garantindo foco e especialização

Capilaridade e treinamento: +450 corretores capacitados[1], com incubadora para formação contínua

Assertividade comercial: 93% das vendas realizadas por canais internos[1], com forte giro logo após o lançamento

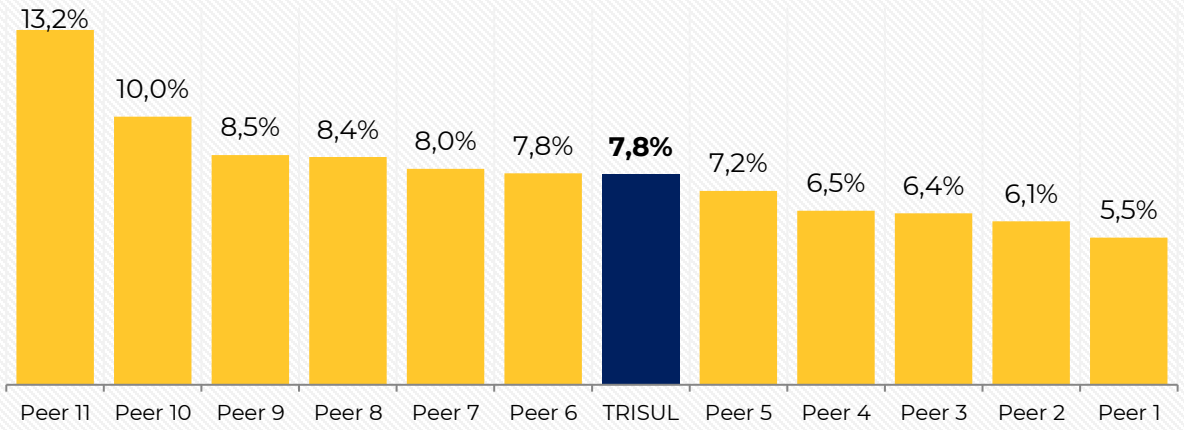
Processo estruturado: pré-marketing com estande e unidade-modelo, coleta ativa de informações para retroalimentar o desenvolvimento de produto

Relacionamento próximo: atendimento transparente, foco em confiança e suporte pós-venda dedicado

Cobertura ampliada: parcerias com imobiliárias externas para potencializar o alcance comercial

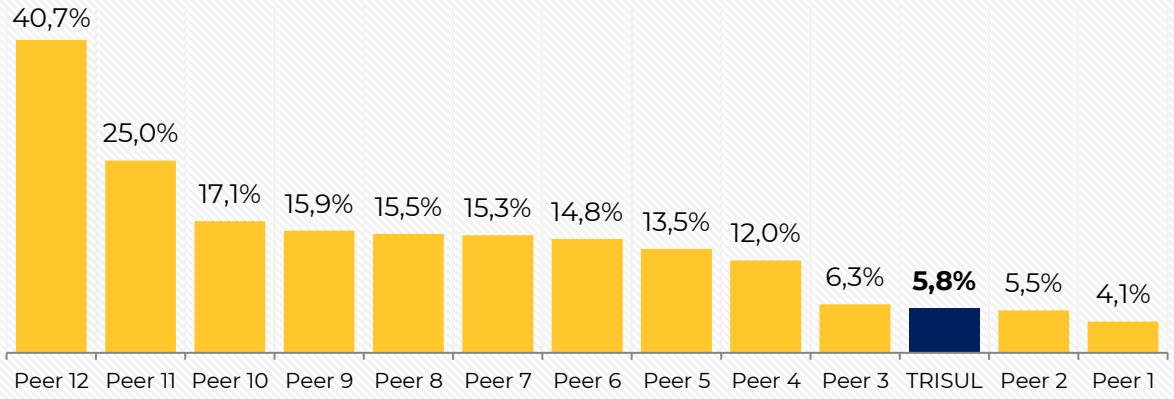
Despesas Comerciais

Como % da receita líquida, 2025[2]



Estoque Pronto

Como % do estoque total, 2025[2]



[1] Dados gerenciais, não auditados. [2] Grupo de comparação: 11 incorporadoras (despesas comerciais) e 12 (estoque pronto), com base nas demonstrações financeiras de 2025; nomes omitidos.

3

TRISUL

Diretrizes Estratégicas

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Rumo a 50% do VGV em ELEV até 2027



AQUISIÇÃO DE TERRENOS

Priorizar as zonas Sul, Oeste e Leste (ELEV) de São Paulo



INCORPORAÇÃO

Evitar imóveis comerciais



LINHA ELEV

Alcançar 50% do VGV Trisul até 2027



PERMUTAS

Comprar terrenos com pelo menos 30% em permuta



CRITÉRIOS ELEV

Adotar novos parâmetros para aquisição



EXECUÇÃO DE OBRAS

Focar apenas em obras da Trisul (sem obras para terceiros)



VENDAS

Expandir para fundos e outras modalidades, reduzindo riscos



RENTABILIDADE

Ser referência no setor, destacando-se nas linhas ELEV e MAP

4

TRISUL

Destaques Financeiros 2025 e 6M26

DESTAQUES DO 6M26

Vendas líquidas +48,9%, lançamentos 2,0x e alavancagem reduzida a 29,1%

VGV LANÇADO

R$ 1.039 MM

+104,8% vs. 6M25 (R$ 507 MM)

VENDAS LÍQUIDAS

R$ 858 MM

+48,9% vs. 6M25 (R$ 576 MM)

ENTREGAS

R$ 943 MM

4 empreendimentos · 6M25: R$ 142 MM

DESPESA COMERCIAL / VENDAS

6,9%

−1,8 p.p. vs. 6M25 (8,7%)

RECEITA LÍQUIDA

R$ 713 MM

+26,1% vs. 6M25 (R$ 566 MM)

LUCRO LÍQUIDO[1]

R$ 73 MM

−21,2% vs. 6M25 (R$ 93 MM) · margem de 10,3%

CAIXA OPERACIONAL

R$ 214 MM

6M25: R$ 22 MM

DÍVIDA LÍQUIDA / PL

29,1%

−7,0 p.p. vs. dez/25 (36,1%)

Backlog: R$ 1,37 bi de receita a apropriar, com margem bruta a apropriar de 36,2% (35,7% em jun/25)

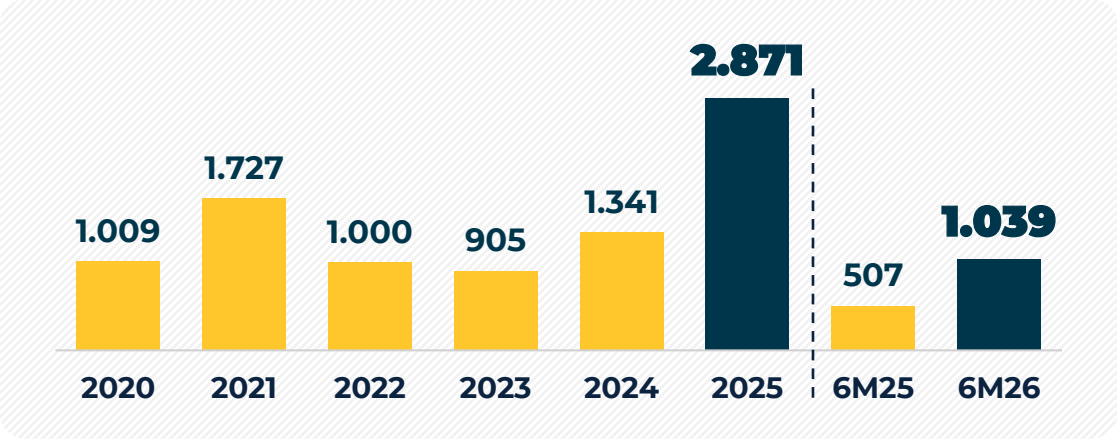
Dados operacionais em % Trisul. [1] Antes da participação de não controladores (R$ 74,7 MM após não controladores). Fonte: Release de Resultados 2T26.

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Lançamentos mais que dobraram em 2025 e no 6M26; vendas líquidas +48,9% no semestre

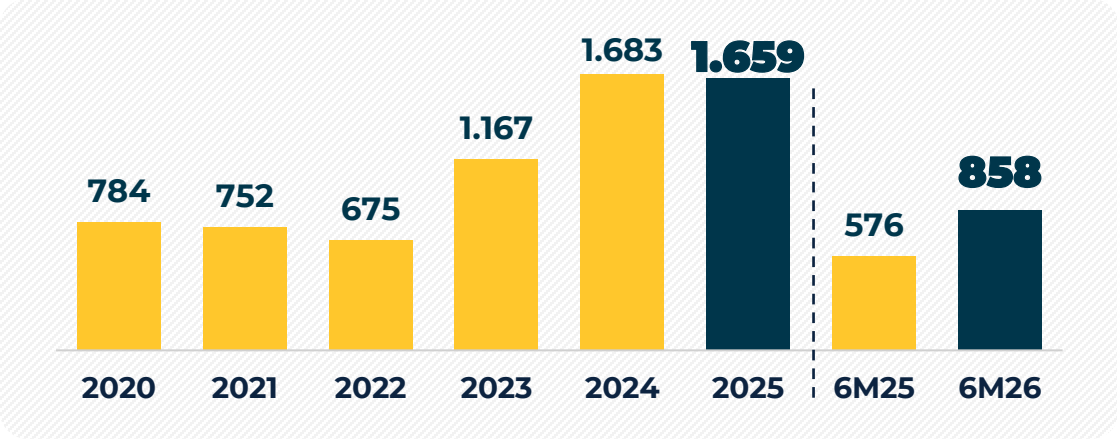
VGV Lançado (% Trisul)

R$ MM

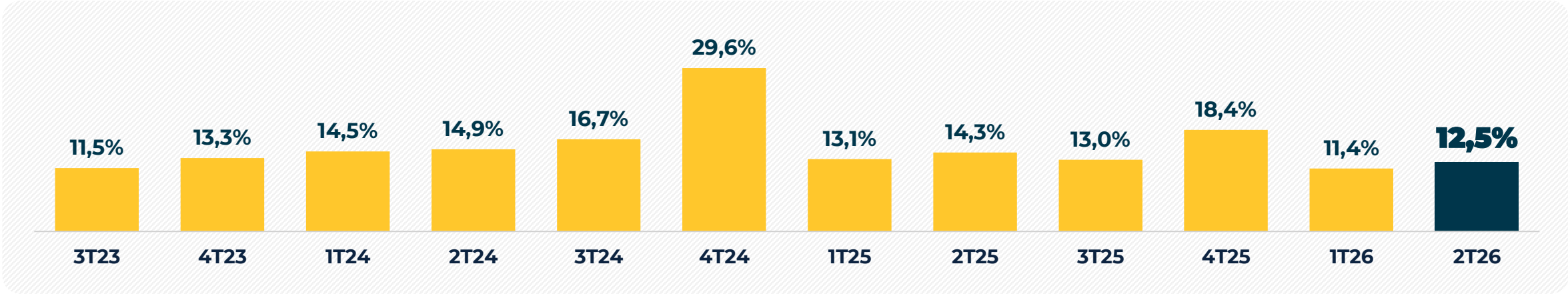


Vendas Líquidas (% Trisul)

R$ MM



VSO em VGV (%) – por trimestre

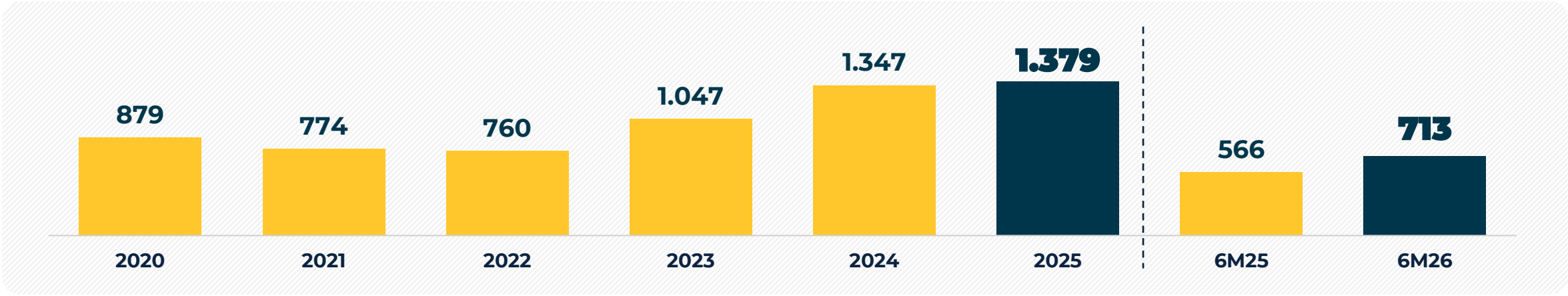


DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Lucro líquido recorde de R$ 213 MM em 2025; receita líquida +26,1% no 6M26

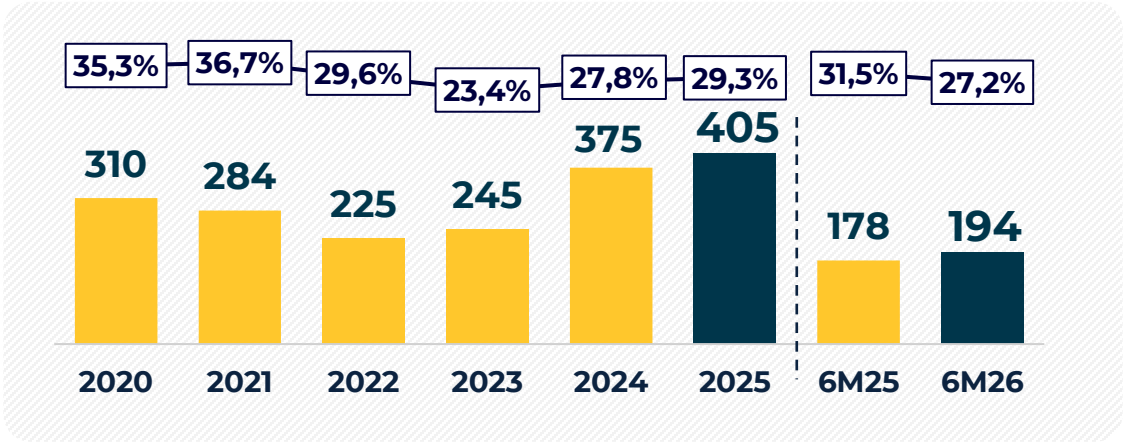
Receita Líquida

R$ MM



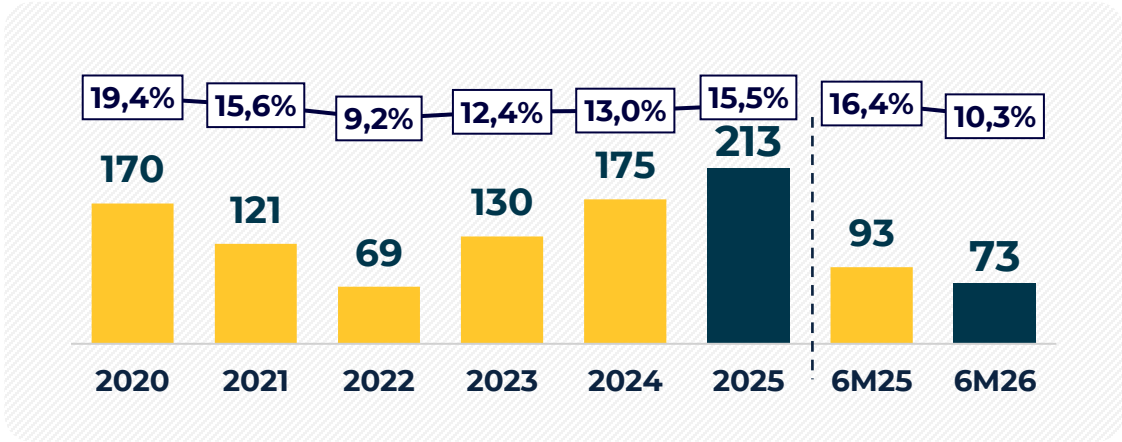
Lucro e Margem Bruta

R$ MM e %



Lucro e Margem Líquida[1]

R$ MM e %



[1] Lucro líquido e margem líquida antes da participação de não controladores. Após não controladores: R$ 171,6 MM em 2024, R$ 203,8 MM em 2025, R$ 89,2 MM no 6M25 e R$ 74,7 MM no 6M26.

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

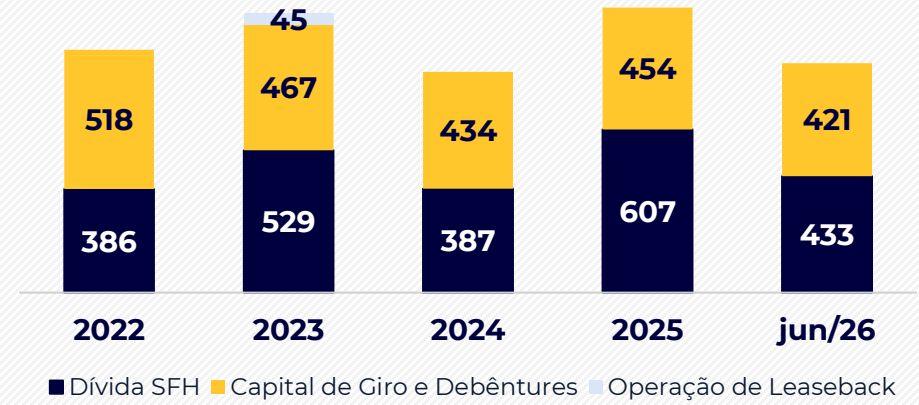
Alavancagem caiu de 36,1% para 29,1% em seis meses, com R$ 214 MM de caixa operacional

Endividamento (R$ MM)	jun/26	dez/25	Var. (%)
Financiamento para Construção – SFH	(433,3)	(606,8)	(28,6%)
Empréstimos para Capital de Giro e Debêntures	(421,0)	(454,0)	(7,3%)
Total Endividamento	**(854,2)**	**(1.060,7)**	**(19,5%)**
Caixa, Equivalentes de Caixa	408,8	526,8	(22,4%)
Total Disponibilidade	**408,8**	**526,8**	**(22,4%)**
Endividamento Líquido	**(445,4)**	**(533,9)**	**(16,6%)**
Patrimônio Líquido	**1.530,3**	**1.478,2**	**3,5%**
Dívida Líquida / Patrimônio Líquido	**29,1%**	**36,1%**	**(7,0) p.p.**
Dívida Líquida Excl. SFH / Patrimônio Líquido	**0,8%**	**(4,9%)**	**5,7 p.p.**

Fonte: Release de Resultados 2T26.

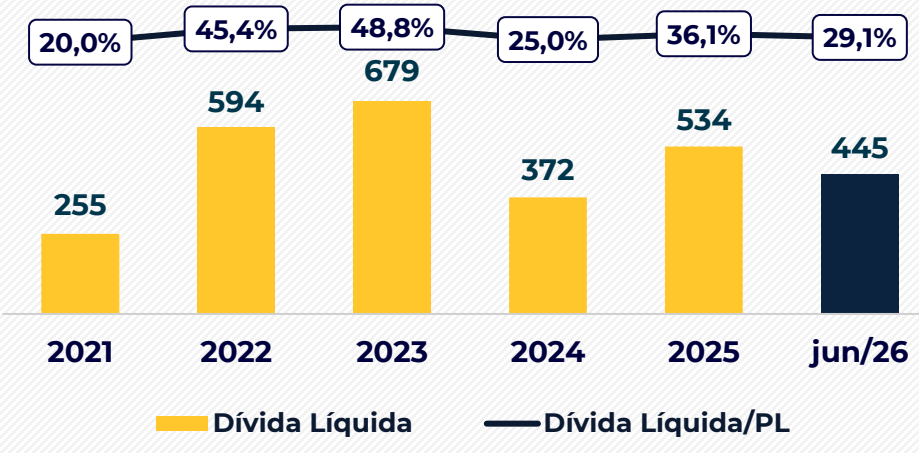
Total do Endividamento

R$ MM



Dívida Líquida/PL

R$ MM e %



TRISUL EM SÍNTESE

Escala, rentabilidade e landbank para crescer no MCMV

R$ 2,9 bi

VGV lançado em 2025

2,1x o volume de 2024

R$ 213 MM

Lucro líquido recorde[1]

Em 2025, com ROE de 14,4%

R$ 6,8 bi

Landbank em jun/26

55% em MCMV

META: ELEV em 50% do VGV da Trisul até 2027

O segmento econômico (ELEV e parcerias) respondeu por 39% do VGV lançado no 6M26, ante 25% em 2025[2]

No 6M26: vendas líquidas +48,9%, VGV lançado 2,0x e dívida líquida/PL de 29,1%.

[1] Antes da participação de não controladores. [2] Segmento econômico conforme classificação dos releases (inclui Vila Boulevard Mooca), % Trisul.

AVISO LEGAL

Declarações prospectivas e informações não auditadas

Esta apresentação possui perspectivas e declarações sobre eventos futuros que estão sujeitos a riscos e incertezas. Declarações sobre eventos futuros incluem informações sobre as intenções e expectativas atuais da Trisul (“Companhia”), assim como as dos membros da administração. Tais declarações podem ser observadas em palavras como “espera”, “acredita”, “estima”, “prevê”, “pretende” ou expressões semelhantes.

Essas declarações e informações não são garantias de desempenho e estão sujeitas a mudanças sem aviso prévio, pois dependem de mudanças nas condições de mercado, desempenho do setor e da economia brasileira, regras governamentais, pressão da concorrência, entre outros.

Informações que não correspondem a saldos contábeis — como VGV, vendas contratadas, landbank, VSO, dados gerenciais e dados de mercado — não foram revisadas pelos auditores independentes.

Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de valores mobiliários da Companhia.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Fale com o time de RI

Fernando Salomão

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores

Vitor Secco

Gerente de Relações com Investidores

Carla Shizuko Ota

Analista de Relações com Investidores

E-MAIL ri@trisul.com.br

TELEFONES +55 (11) 3147-0149 • +55 (11) 3147-0005

SITE ri.trisul.com.br

TRISUL

Resultados feitos para durar.

TRISUL

Institutional Presentation



TRISUL OVERVIEW

Incosul Incorporação e Construção
+
Tricury Construções e Participações
=
TRISUL

40+ years
of experience

350+
projects delivered

60,000+
units delivered

Financial and **Operating** Highlights in **2025**

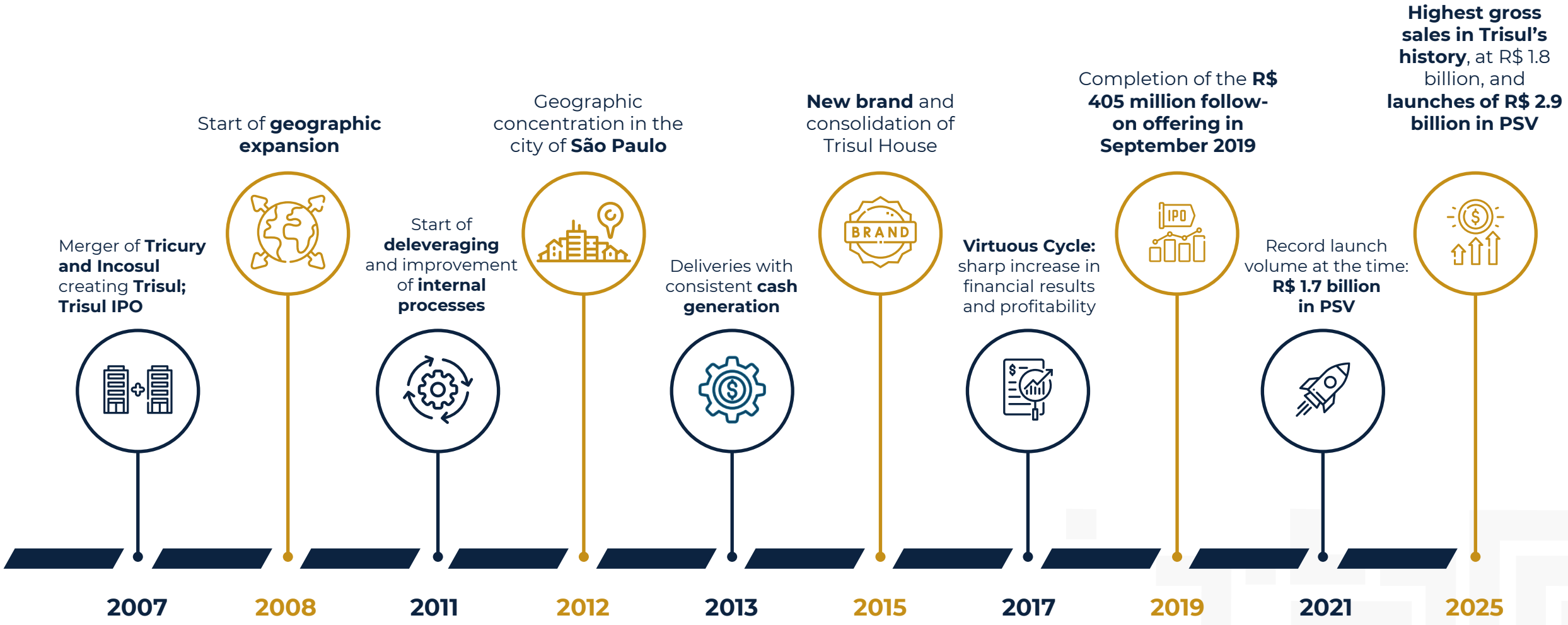
R$ 2.9 bn Launches	**R$ 1.8 bn** Gross Sales	**R$ 786 mn** Deliveries
R$ 1.4 bn Net Revenue	**R$ 213 mn** Net Income[1]	**14.4%** ROE

Focused presence in the **city of São Paulo**



TIMELINE

From the 2007 merger to record launches in 2025



PROFESSIONAL MANAGEMENT



João Eduardo de Azevedo Silva
– CEO

- Spent 20 years at Even Construtora as Executive Development Officer, Vice President, Co-CEO and COO until January 2024
- Development engineer at Gafisa for 6 years



Fernando Salomão
– CFO and IRO

- Served as Administrative Officer of the Company between 2007 and 2011
- Active in the real estate market since 1995

1

The Industry

TRISUL

WHY THE CITY OF SÃO PAULO?

Scale, income and regulation underpin housing demand



Demographic and Economic Relevance

- **Largest urban center in Brazil**, with **11.5 million** inhabitants (IBGE, 2022)
- The State of São Paulo accounts for approximately **30.2% of national GDP**, reflecting high economic activity
- **GDP per capita of R$ 66.9 thousand/year**, supporting structural and resilient real estate demand



Favorable Regulatory Environment and Growth Drivers

- The Strategic Master Plan (PDE) drives densification and **verticalization** along **transit corridors**
- Expansion of **buildable potential through ZEUs**, creating opportunities for new developments
- Updates to the Minha Casa Minha Vida (MCMV) program broaden **access to credit** and strengthen housing demand

Note: ZEU – Urban Transformation Structuring Axis Zone, established by the 2014 São Paulo Strategic Master Plan.

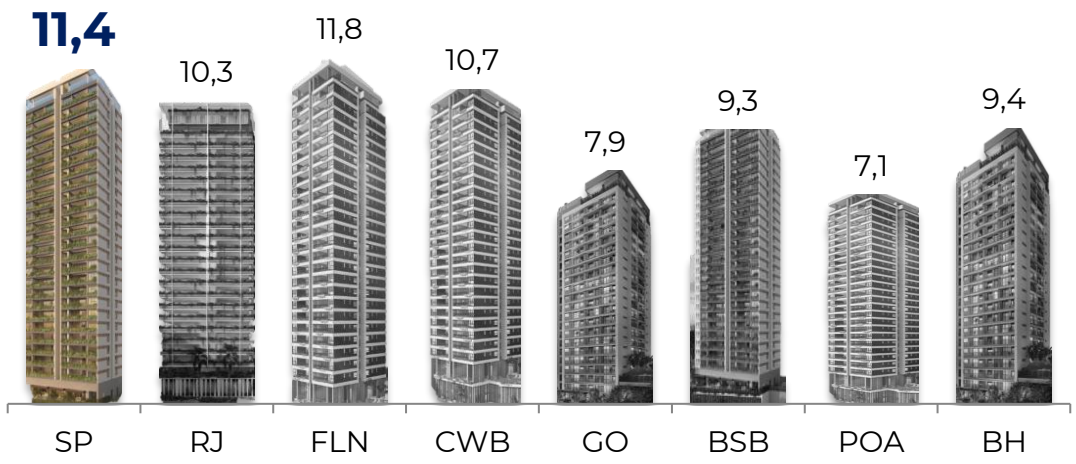
WHY THE CITY OF SÃO PAULO?

Brazil's most liquid market, with some of the highest prices

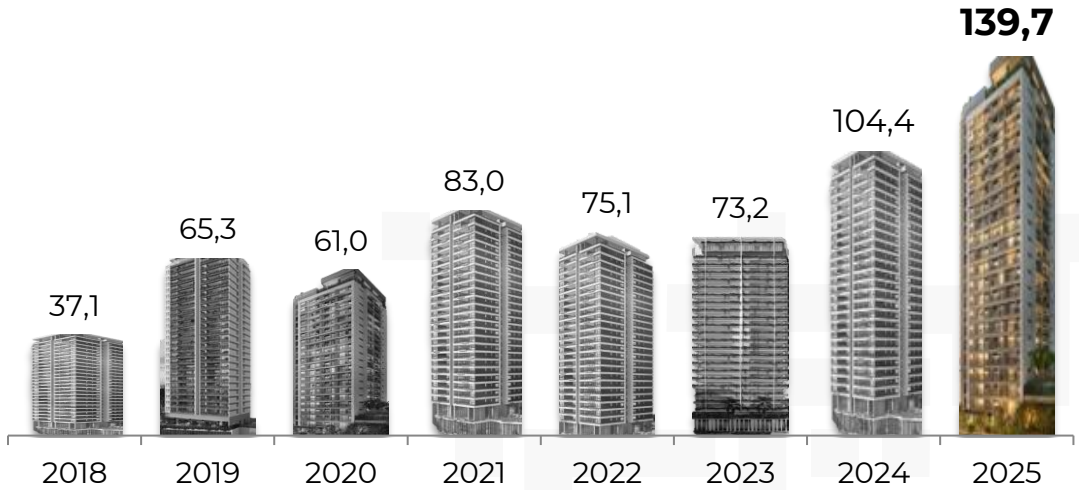
Liquidity, Price Appreciation and Established Infrastructure

- **Most liquid market in Brazil**, with a strong presence of **institutional investors and real estate funds**
- **Complete urban infrastructure** (transportation, jobs, services, education and leisure), supporting **continuous absorption**
- **One of the highest average residential sales prices** in Brazil (~R$ 11.4 thousand/m²), with a consistent track record of launches and price appreciation

Average Residential Sales Price (State Capitals)[1]



Residential Launches in São Paulo (in Thousands of Units)[2]



Notes: (1) Average Residential Sales Price – FipeZAP Index and Monitored Cities – (in R$ thousand/m²) (as of Dec/25). (2) Residential launches in the city of São Paulo – Secovi-SP, Real Estate Market Survey.

2

About Trisul



KEY DIFFERENTIATORS OF TRISUL

Four differentiators underpin the investment thesis

1. **Complementary operations across MAP and ELEV**, combining product differentiation in the premium segment with efficiency, scale and demand fit in the affordable segment

2. **Vertically integrated platform controlling the critical stages of the real estate cycle**, from land sourcing through development, construction, sales and delivery

3. **Competitive advantages underpinned by a high-quality landbank in São Paulo**, commercial intelligence and the ability to launch well-targeted products across different micro-market profiles

4. **Proprietary, segmented sales platform**, with broad reach, high sales effectiveness and efficiency gains: selling expenses fell from 8.7% (1H25) to 6.9% (1H26) of net sales

PRODUCT LINES OVERVIEW

MAP differentiates, ELEV scales

A MID- AND HIGH-END SEGMENT

- Focused presence in prime markets, with tailor-made projects combining concept, quality, sophistication and exclusivity
- Value proposition underpinned by high-end finishes, complete common areas and continuous updates to design and product in line with consumer trends
- Platform supported by an experienced, well-regarded team with strong commercial intelligence and a consistent track record in reading the market and developing products

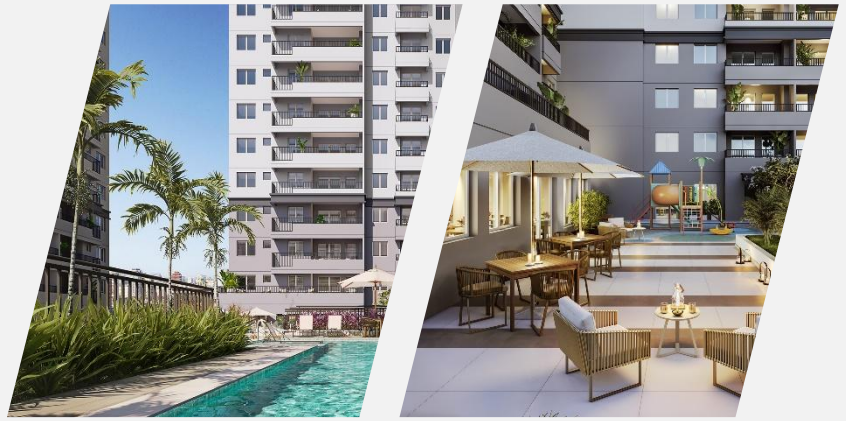


Main Brands a LIFESTYLE BOUTIQUE by TRISUL | THE collection

Sales Price Above R$ 11k/m²

B AFFORDABLE SEGMENT

- Disciplined operating model, underpinned by project rationalization, construction standardization and a continuous pursuit of efficiency
- Product development with strong target-audience fit, adapting to different market dynamics and consumer needs
- Creativity in project design, ensuring functional, competitive and commercially effective solutions



Main Brands elev

Sales Price ~R$ 9k/m²

1 A

MID- AND HIGH-END SEGMENT

Large sites in sought-after neighborhoods, with signature architecture



Focus on sought-after neighborhoods and strategic micro-markets in the city of São Paulo, along mobility corridors and key access points



Concept-driven projects with strong design, build quality and added value, developed by renowned architecture firms



Large land plots (5,000 m² to 6,500 m²), allowing better tower siting, generous common areas and differentiated floor plans



Ability to develop high-impact projects, with better parking layout and higher quality of life

1 A LATEST MAP LINE PROJECTS – Launched

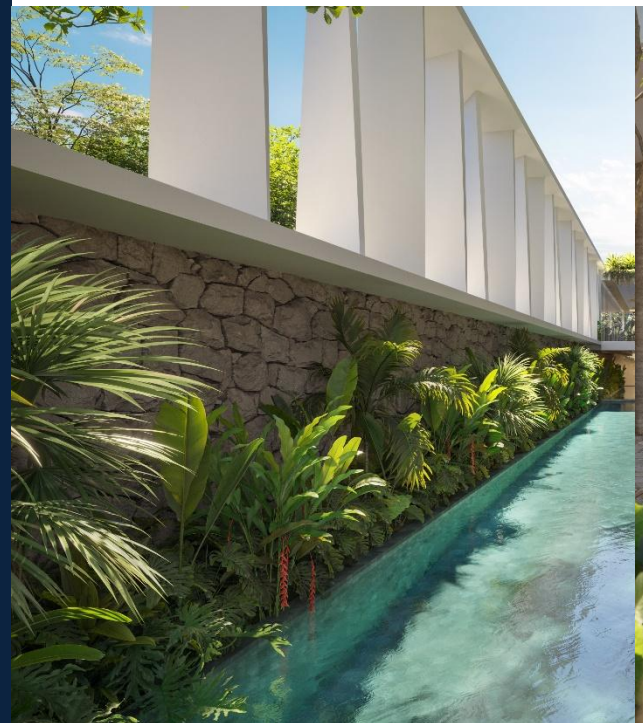
THE RIGHT PRODUCT FOR THE ULTRA-HIGH-END BUYER



Gran Oscar Ibirapuera Project: 6,289 m² land area

- **4 Suites**
- **From 371 m²**
- **Sports Bar**
- **Covered Tennis Court**
- **4 or 6 Parking Spaces**
- **Swimming Pool**

PSV R$ 1,199 mn









1 A LATEST MAP LINE PROJECTS – Launched

THE RIGHT PRODUCT FOR THE HIGH-END BUYER

Quarten Ibirapuera Project: 6,083 m² land area

- **4 Bedrooms**
- From **164 m²**
- **Sports Bar**
- **Tennis Court**
- **2 to 3** Parking Spaces
- **Swimming Pool**

PSV
R$ 668 mn









1 B

DIFFERENTIATORS OF THE ELEV LINE

Club-style product near the subway, from MCMV Tiers 2–4 to investors

Strategically located land, close to subway lines, transit corridors and urban infrastructure

Innovative floor plans, including 37 m² two-bedroom options with an en-suite, plus flexible layouts for different life stages and family profiles

“Club” product with full amenities, common areas delivered decorated and furnished, and premium condominium features that elevate the resident experience

Broad audience: serves different income profiles, from MCMV Tiers 2–4 to investor buyers, with flexible down payments and affordable payment terms

1 B EXPERIENCE TURNED INTO COMPETITIVE ADVANTAGE

More than a decade and a half designing, building and delivering quality housing in the affordable segment — with method, scale and financial discipline

14,000+

units launched in the affordable segment

17+ years

of continuous presence in the segment since 2009

São Paulo State

capital, metro area and inland — now focused on the capital

Tiers 2–4

MCMV and investor buyers served

1 B

17 YEARS IN THE AFFORDABLE SEGMENT – MCMV

Every economic cycle we have weathered has shaped our processes, product and relationship with CEF

9,618 units
launched between 2009 and 2023

2009–2010	2011–2016	2017–2018	2019–2023	2024–2026
Colina Amaralina	Max Club 2	Conquista Amaralina 2	Elev Vila Prudente	Vila Verde Sabará 4
Moradas do Bosque	Allegro Cotia 1	Pq. Estação Jandira 1	Conquista Amaralina 5 & 6	Elev Park Sacomã 1, 2 & 3
Vida Plena Itaquera	Allegro Cotia 2	Pq. Estação Jandira 2	Vivamar Andorinha	Vila Boulevard Mooca 1
Max Club	Pq. Estação Jandira	Vivamar Bem-Te-Vi	Elev Barra Funda	Elev Butantã
Pq. do Jatobá	Conquista Amaralina	Conquista Amaralina 3	Elev Alto do Ipiranga	Elev Ipiranga 1
Vida Plena Cotia 1 & 2		Vivamar Canário		Vila Boulevard Mooca 2
Vida Plena Campolim 1 & 2		Conquista Amaralina 4		Elev Anhaia Mello 1
Viva Bem Ribeirão		Elev Araçatuba		
		Elev Brás		
		Vivamar Sabiá		

Proven resilience: deliveries across every macroeconomic scenario of the past decade and a half — 9,618 units launched between 2009 and 2023.

1 B OPERATIONAL KNOW-HOW

The method that improves the risk profile: **cash predictability and capital efficiency**

Structured CEF process

- CEF engineering appraisal obtained before launch
- Corporate (PJ) construction loan signed within 30 days
- Mortgage transfers starting within 60 days

Structure for scale

- Established engineering team
- Clear separation between Engineering and Procurement
- Foundation for more consistent launches

Funding structure

- Construction financed through FGTS associative credit
- Less mismatch between construction, sales and cash flow
- Lower working capital needs per project

Result: cash stops being an outcome and becomes a design choice — more predictability, less capital tied up and a better risk profile.

1 B PRODUCT MASTERY

We know exactly what the affordable market wants

Space efficiency

Unit types of 25, 34 and 37 m² calibrated to the price cap of each MCMV tier.

"Club" concept

Full amenities and common areas delivered decorated and furnished.

Premium location

Land next to subway stations and mass transit corridors.

Differentiated floor plans

Options with balcony and en-suite — one of the few with 37 m² and 2 bedrooms, one en-suite.

Broad audience

Serves MCMV Tiers 2 to 4 as well as investor buyers.

Security and ESG

24/7 security, with attention to sustainability and mobility.

MCMV — TIERS SERVED

Monthly gross household income and property value cap

TIER 2	**R$ 3,200.01 – R$ 5,000**	**Cap R$ 275k**
TIER 3	**R$ 5,000.01 – R$ 9,600**	**Cap R$ 400k**
TIER 4	**R$ 9,600.01 – R$ 13,000**	**Cap R$ 600k**

Product calibrated to the cap of each tier — and to the investor looking for an affordable entry price.

Sources: Ministry of Cities Ordinance No. 333/2026, published in the Official Gazette (DOU) on Apr 1, 2026 (income Tiers 1–3), and FGTS Board of Trustees, Mar/26 (Tier 4 and property price caps).
Tier 1–2 caps vary by municipality, up to R$ 275k.

1 B KEY ELEV LINE PROJECTS – Launched

THE RIGHT PRODUCT FOR FIRST-TIME BUYERS AND INVESTORS

Minha Casa Minha Vida



ELEV BUTANTÃ Project: 2,834 m² land area

1 to 2 Bedrooms

735 Units

Apartments from **25 m² to 38 m²**

1 Residential Tower

Swimming Pool

Directly across from the **subway**

PSV R$ 262 mn







1 B KEY ELEV LINE PROJECTS – Launched

THE RIGHT PRODUCT FOR MCMV TIER 2–4 FAMILIES

Minha Casa Minha Vida



ELEV IPIRANGA Project: 5,700 m² land area

1 to 2 Bedrooms

988 Units

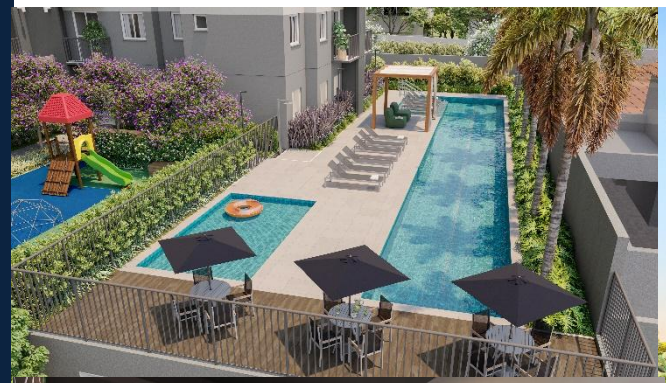
Apartments from **25 m² to 40 m²**

4 Residential Towers

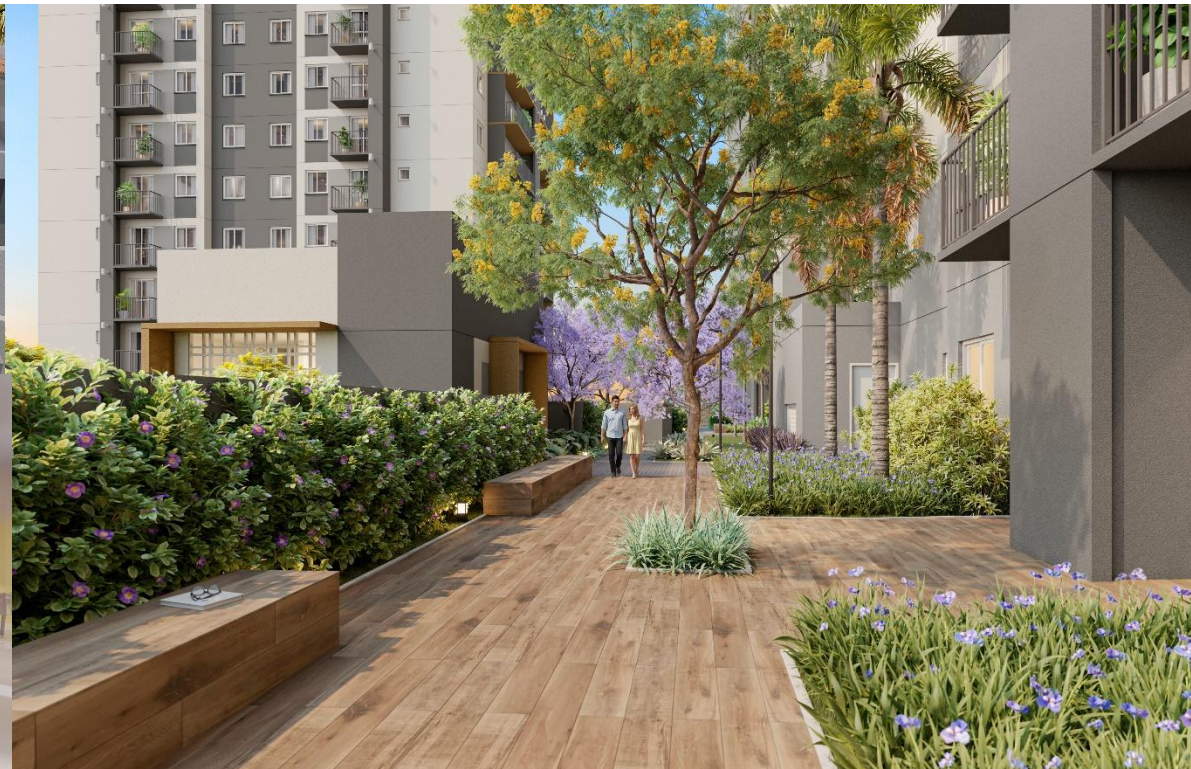
Swimming Pool

PSV R$ 331 mn

2 phases · Phase 1 (Mar/26): 494 units, R$ 171 mn







1 B

WHY THE ELEV LINE?

Experience, product and financial discipline in a single asset

Experience.
14,000+ units launched and 17 years in the segment prove our command of it.

The right product.
Efficient unit types, club concept and locations next to transit.

Capital efficiency.
Structured CEF process and FGTS funding improve cash flow and the risk profile.

Building more than apartments: ELEVating lives.

elev
CONSTRUIR HISTÓRIAS. ELEVAR VIDAS.

2

PRODUCT DEVELOPMENT CYCLE

From land to delivery, with the critical stages in-house

- **Dual-Track Operations Across MAP and ELEV**
- **Vertically Integrated Business Model**
- **Proprietary Sales Structure**
- **Capital Discipline**
- **Multidisciplinary Approach with Committee Oversight**

1 Land Sourcing	2 Product Development	3 Approval and Structuring	4 Launch and Sales	5 Construction and Delivery
Land in strategic locations across São Paulo, focused on mobility, liquidity and value potential	**Defining the best product for each site** based on demand, competition and target-audience profile	**Permitting, commercial planning and project structuring**, with flexibility in land acquisition and funding	**Pre-marketing, sales stand as a demand gauge, and sales** through our in-house team and partners	Execution with an **in-house engineering team, cost and quality control and schedule management**

WHAT WE LOOK FOR

Premium locations in sought-after neighborhoods, with strong sales potential and room for product differentiation

Large land plots, able to support higher-impact projects, with better site layout and club-style condominium features

Unique, hard-to-replicate assets, with characteristics that make them true objects of desire and sustain high demand

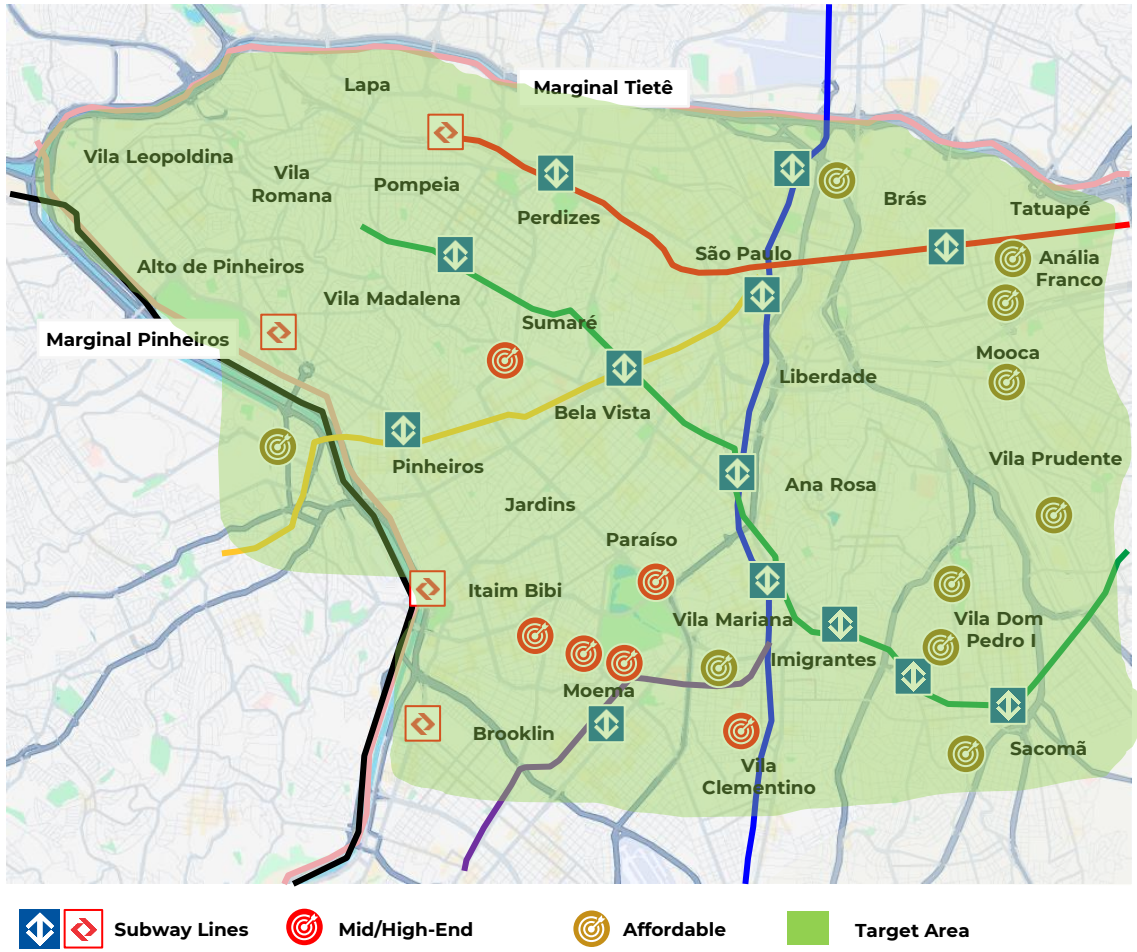
Acquisitions with capital discipline, prioritizing land-swap structures or low upfront cash outlay

3

PREMIUM LANDBANK IN SÃO PAULO

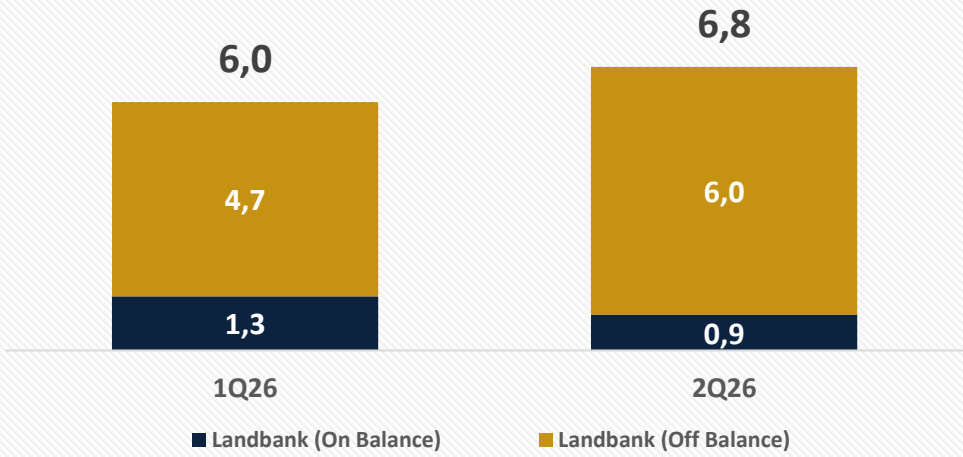
R$ 6.8 bn landbank, 55% MCMV, with low capital tied up

Potential Sales Value (PSV)



Landbank Overview

Trisul Landbank (PSV in R$ bn)



- ~R$ 3.1 billion of landbank *(on and off balance)* in the **MAP segment**;
- **~R$ 3.7 billion of landbank *(on and off balance)*** in the affordable segment;
- Focus on the South, West and East (ELEV) zones of the city of São Paulo;
- Land close to subway stations and key access points;
- **Fast turnaround from acquisition to launch, with land swaps and low upfront cash outlay, driving higher ROIC.**

Off balance: land under negotiation, no cash outlay. On balance: acquired land.

4

COMMERCIAL EFFICIENCY AND SALES PERFORMANCE

Finished inventory at 5.8% (Dec/25): 3rd lowest of 13 companies

In-house segmented team: Sales organized by product line (MAP and ELEV), ensuring focus and specialization

Reach and training: 450+ trained brokers[1], with an incubator for continuous development

Sales effectiveness: 93% of sales made through internal channels[1], with strong absorption right after launch

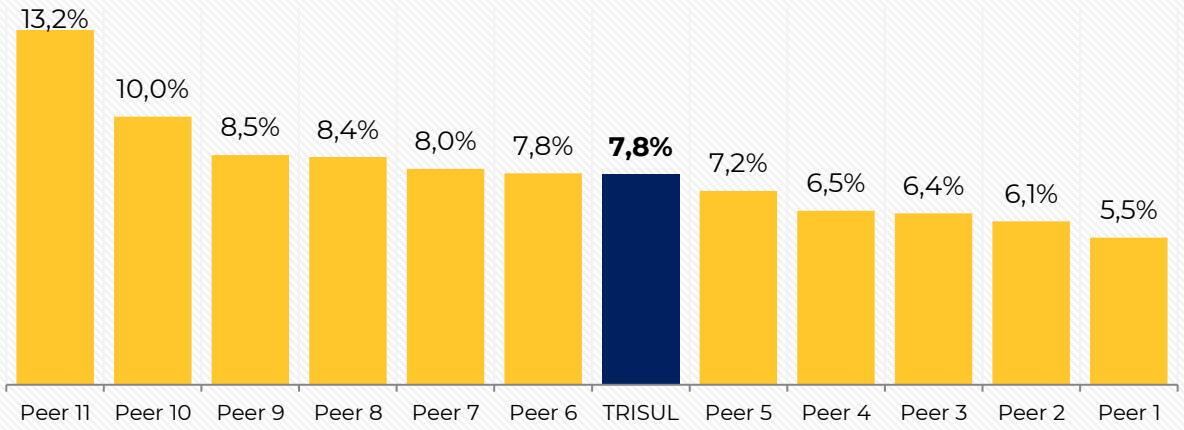
Structured process: Pre-marketing with sales stand and model unit, actively gathering data to feed back into product development

Close relationships: Transparent service, focus on trust and dedicated after-sales support

Broader coverage: Partnerships with external brokerages to amplify commercial reach

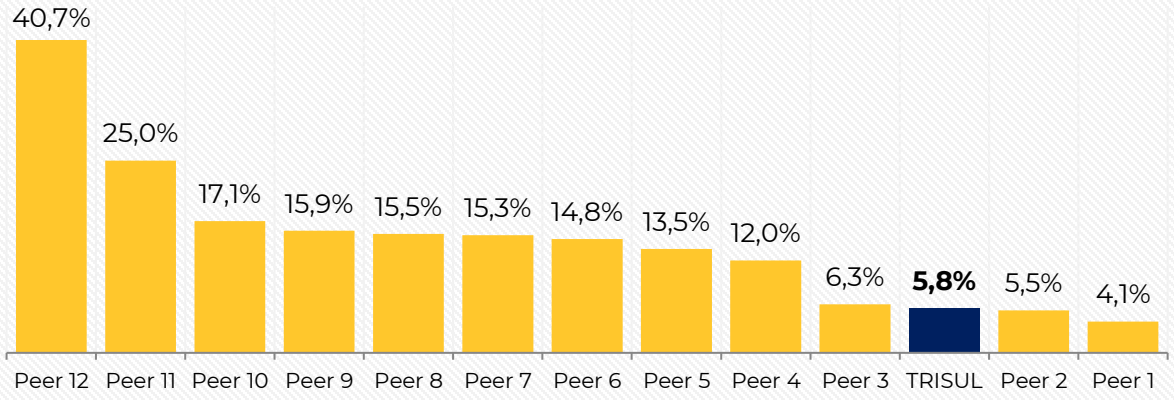
Selling Expenses

As % of net revenue, 2025[2]



Finished Inventory

As % of total inventory, 2025[2]



[1] Management data, unaudited. [2] Peer group: 11 developers (selling expenses) and 12 (finished inventory), based on 2025 financial statements; names omitted.

3

TRISUL

Strategic Guidelines



STRATEGIC OBJECTIVES

Targeting 50% of PSV in ELEV by 2027



LAND ACQUISITION

Prioritize São Paulo's South, West and East (ELEV) zones



DEVELOPMENT

Avoid commercial properties



ELEV LINE

Reach 50% of Trisul's PSV by 2027



LAND SWAPS

Acquire land with at least 30% in land swaps



ELEV CRITERIA

Adopt new acquisition parameters



CONSTRUCTION EXECUTION

Focus solely on Trisul projects (no third-party construction)



SALES

Expand into funds and other channels, reducing risk



PROFITABILITY

Be a sector benchmark, standing out in the ELEV and MAP lines

4

TRISUL

2025 and 1H26 Financial Highlights

1H26 HIGHLIGHTS

Net sales +48.9%, launches 2.0x and leverage down to 29.1%

LAUNCHED PSV

R$ 1,039 mn

+104.8% vs. 1H25 (R$ 507 mn)

NET SALES

R$ 858 mn

+48.9% vs. 1H25 (R$ 576 mn)

DELIVERIES

R$ 943 mn

4 projects · 1H25: R$ 142 mn

SELLING EXP. / NET SALES

6.9%

−1.8 p.p. vs. 1H25 (8.7%)

NET REVENUE

R$ 713 mn

+26.1% vs. 1H25 (R$ 566 mn)

NET INCOME[1]

R$ 73 mn

−21.2% vs. 1H25 (R$ 93 mn) · 10.3% margin

OPERATING CASH FLOW

R$ 214 mn

1H25: R$ 22 mn

NET DEBT / EQUITY

29.1%

−7.0 p.p. vs. Dec/25 (36.1%)

Backlog: R$ 1.37 bn of revenue to be recognized, at a 36.2% backlog gross margin (35.7% in Jun/25)

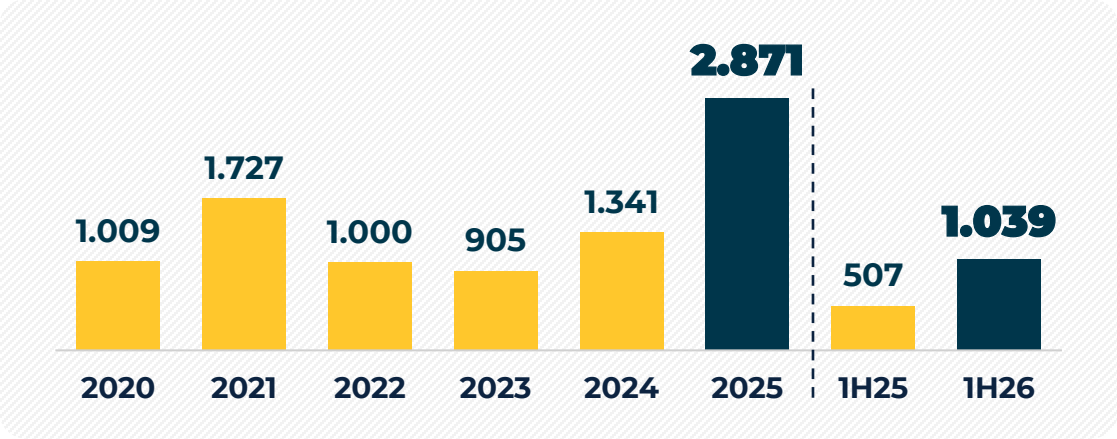
Operating data in % Trisul. [1] Before non-controlling interests (R$ 74.7 mn after non-controlling interests). Source: 2Q26 Earnings Release.

OPERATING AND FINANCIAL HIGHLIGHTS

Launches more than doubled in 2025 and in 1H26; net sales up 48.9% in 1H26

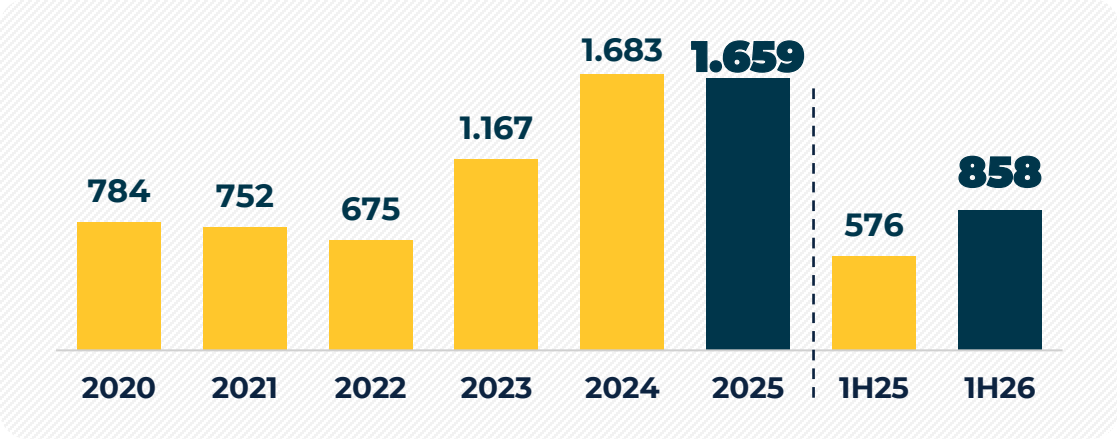
Launched PSV (% Trisul)

R$ mn

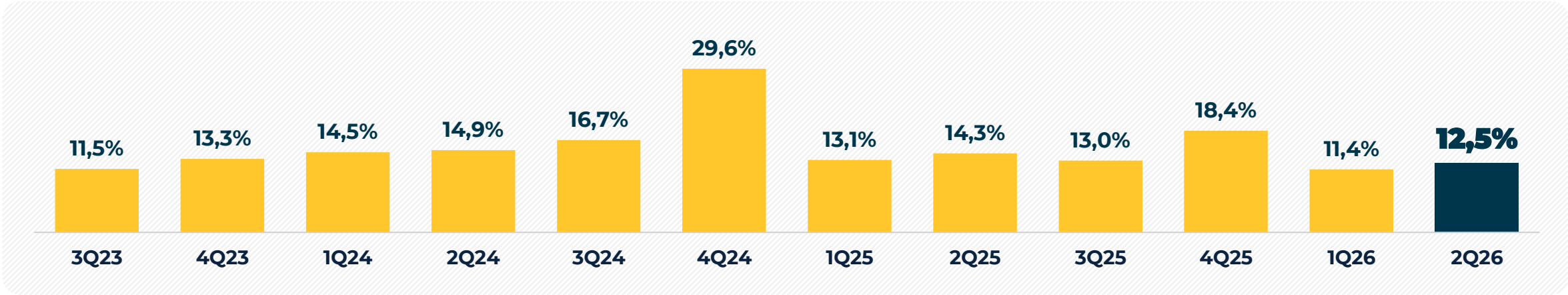


Net Sales (% Trisul)

R$ mn



SoS in PSV (%) – Quarterly

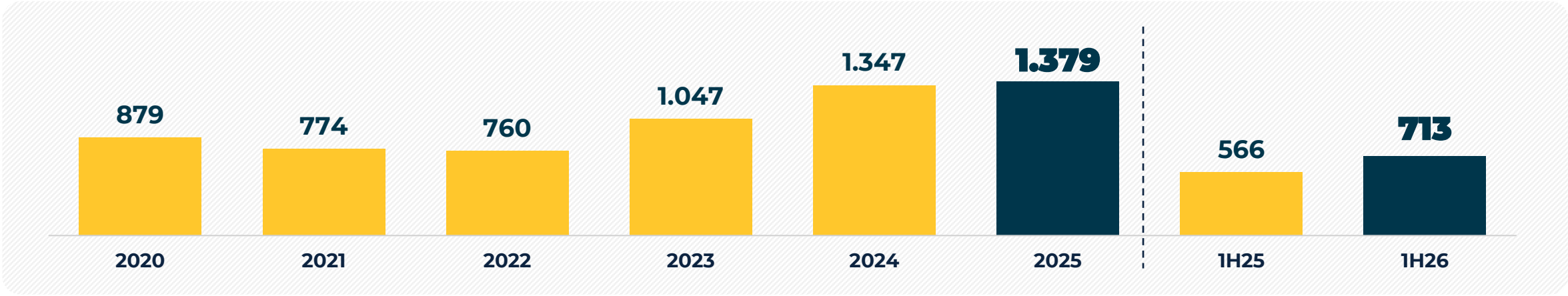


OPERATING AND FINANCIAL HIGHLIGHTS

Record net income of R$ 213 mn in 2025; net revenue up 26.1% in 1H26

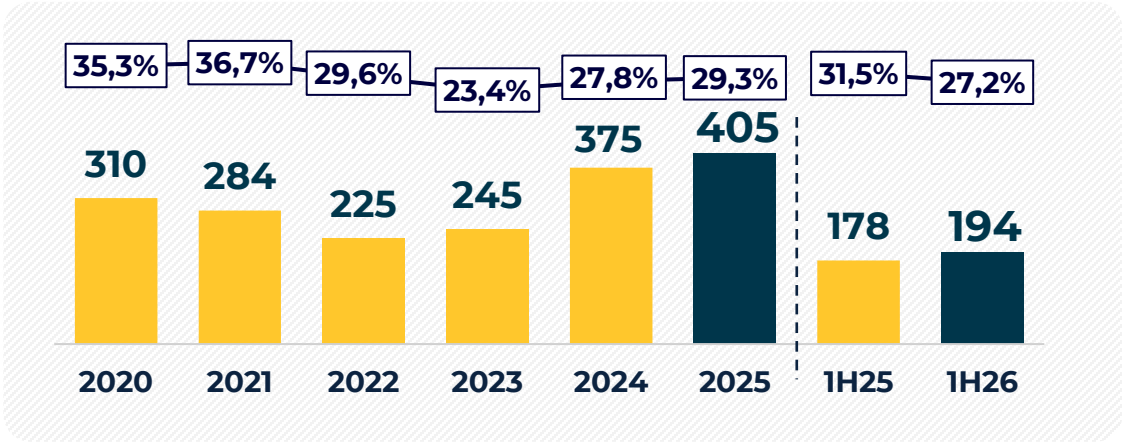
Net Revenue

R$ mn



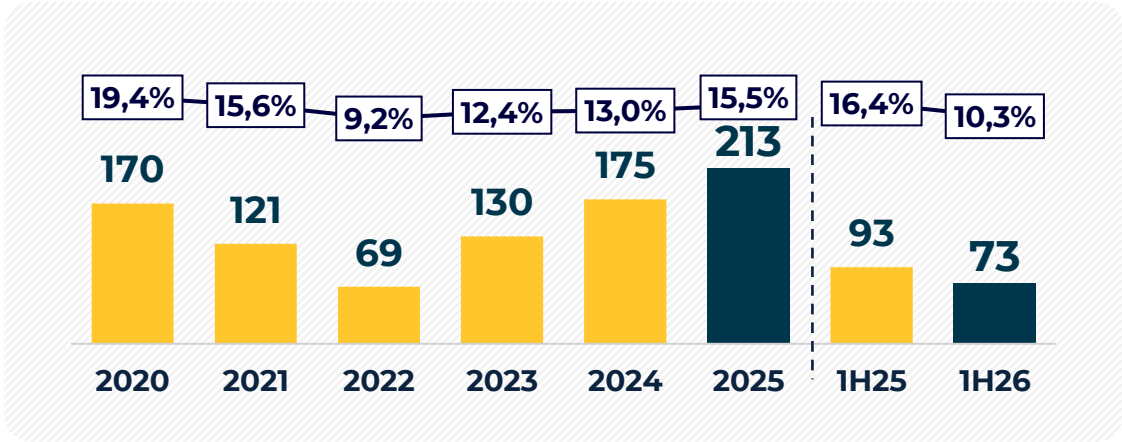
Gross Profit and Margin

R$ mn and %



Net Income and Margin[1]

R$ mn and %



[1] Net income and net margin before non-controlling interests. After non-controlling interests: R$ 171.6 mn in 2024, R$ 203.8 mn in 2025, R$ 89.2 mn in 1H25 and R$ 74.7 mn in 1H26.

OPERATING AND FINANCIAL HIGHLIGHTS

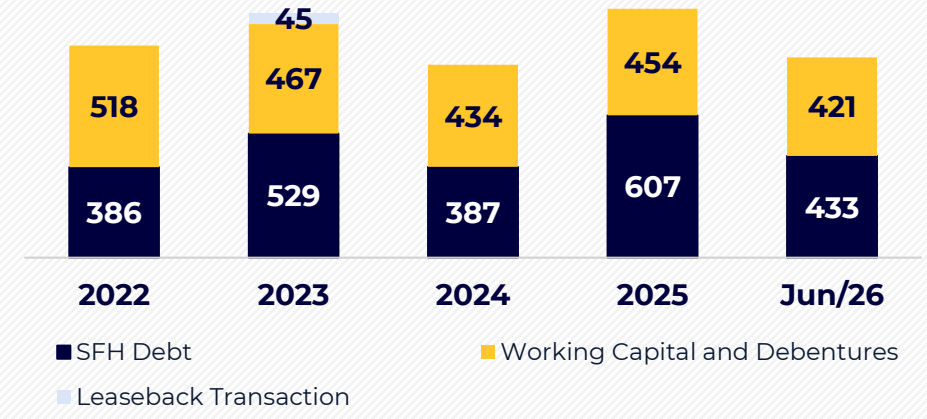
Leverage fell from 36.1% to 29.1% in six months, on R$ 214 mn of operating cash flow

Debt (R$ mn)	Jun/26	Dec/25	Chg. (%)
Construction Financing – SFH	(433.3)	(606.8)	(28.6%)
Working Capital Loans and Debentures	(421.0)	(454.0)	(7.3%)
Total Debt	**(854.2)**	**(1,060.7)**	**(19.5%)**
Cash and Cash Equivalents	408.8	526.8	(22.4%)
Total Cash Position	**408.8**	**526.8**	**(22.4%)**
Net Debt	**(445.4)**	**(533.9)**	**(16.6%)**
Shareholders' Equity	**1,530.3**	**1,478.2**	**3.5%**
Net Debt / Shareholders' Equity	**29.1%**	**36.1%**	**(7.0) p.p.**
Net Debt Excl. SFH / Shareholders' Equity	**0.8%**	**(4.9%)**	**5.7 p.p.**

Source: 2Q26 Earnings Release.

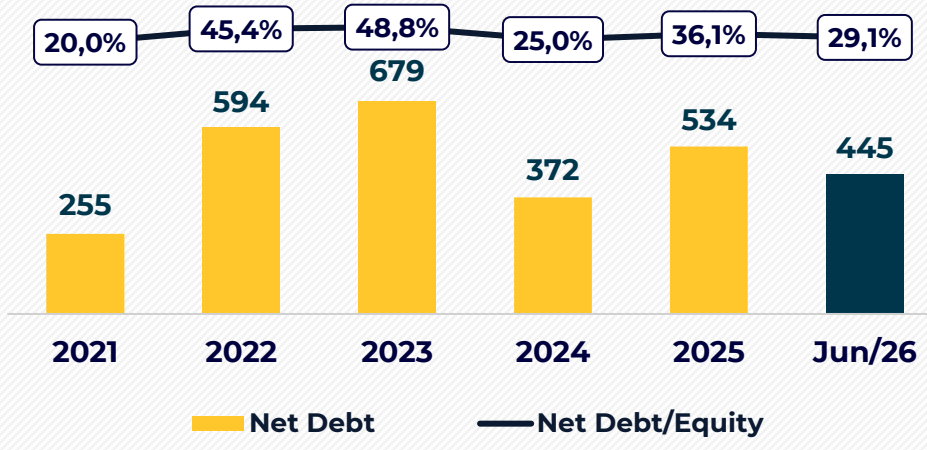
Total Debt

R$ mn



Net Debt/Equity

R$ mn and %



TRISUL AT A GLANCE

Scale, profitability and a landbank to grow in MCMV

R$ 2.9 bn

PSV launched in 2025

2.1x the 2024 volume

R$ 213 mn

Record net income[1]

In 2025, with a 14.4% ROE

R$ 6.8 bn

Landbank in Jun/26

55% in MCMV

TARGET: ELEV at 50% of Trisul's PSV by 2027

The affordable segment (ELEV and partnerships) accounted for 39% of PSV launched in 1H26, up from 25% in 2025[2]

In 1H26: net sales +48.9%, launched PSV 2.0x and net debt/equity at 29.1%.

[1] Before non-controlling interests. [2] Affordable segment as classified in the earnings releases (includes Vila Boulevard Mooca), % Trisul.

DISCLAIMER

Forward-looking statements and unaudited information

This presentation contains forward-looking statements and expectations that are subject to risks and uncertainties. Forward-looking statements include information about the current intentions and expectations of Trisul (the “Company”) and its management. Such statements can be identified by words such as “expects,” “believes,” “estimates,” “forecasts,” “intends” or similar expressions.

These statements and information are not guarantees of performance and are subject to change without notice, as they depend on changes in market conditions, the performance of the sector and of the Brazilian economy, government regulations and competitive pressure, among other factors.

Information that does not correspond to accounting balances — such as PSV, contracted sales, landbank, SoS, management data and market data — has not been reviewed by the independent auditors.

This presentation does not constitute an offer, invitation or solicitation of an offer to subscribe for or purchase any securities of the Company.

INVESTOR RELATIONS

Get in touch with our IR team

Fernando Salomão

Chief Financial and Investor Relations Officer

Vitor Secco

Investor Relations Manager

Carla Shizuko Ota

Investor Relations Analyst

E-MAIL ri@trisul.com.br

PHONE +55 (11) 3147-0149 • +55 (11) 3147-0005

WEBSITE ri.trisul.com.br



TRISUL

Results built to last.