FORUS
CONSUMER FANATIC

INFORME DE RESULTADOS

3T26

azaleia



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....2
II. Resultados Consolidados.....3
III. Hechos Relevantes del Periodo.....5
IV. Resultados por País y Segmento.....8
V. Análisis del Estado de Situación Financiera.....13
VI. Indicadores.....16
VII. Estados Financieros Consolidados - IFRS
- Estados de Situación Financiera Consolidados 19
- Estado Integral de Resultados Consolidados 21
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados 22

Notas:

- Las cifras en dólares (fin del periodo) están calculadas en base al tipo de cambio observado el 1 de octubre del 2026: $972,60/US$.
- Simbología para trimestre: 1T, 2T, 3T y 4T.
- Simbología para periodos acumulados: 3M, 6M, 9M, 12M.
- Simbología monedas: CLP o $: pesos chilenos. US$: dólares de Estados Unidos. COP: pesos colombianos. UYU: pesos uruguayos. PEN: soles peruanos.
- Simbología unidades: M: miles. MM: millones.
- DTC (*Direct-to-Consumer*): incluye tiendas físicas + *e-commerce* propio + marketplace.
- Venta digital: ventas de *e-commerce* propios + marketplace.
- *Wholesale*: canal mayorista tradicional.
- Otros: SSS: *Same store sales*. GAV: Gastos de administración y ventas. AA: Año anterior. m2: metros cuadrados.

I. Resumen Ejecutivo

Este trimestre cumplimos un gran hito para la compañía, con la adquisición de los derechos de propiedad (IP) de la marca Azaleia para Chile y Perú. De esta forma, Azaleia, la marca de calzado, accesorios y belleza preferida por la mujer contemporánea, pasa a formar parte de nuestro portafolio de FORUS BRANDS, que incluye marcas líderes e innovadoras como RKF, BSoul y Norseg. Con el acuerdo, agregamos la operación de Azaleia en Perú a partir del 1 de octubre, con lo cual sumamos 14 tiendas, el canal digital (Azaleia.pe + marketplaces de terceros) y la comercialización mayorista de la marca. Azaleia es la tercera marca (después de Parfois y VANS) que hemos agregado en Perú en poco más de un año, en línea con nuestra estrategia ONE FORUS de invertir en el crecimiento de nuestras filiales. En Chile, donde hemos comercializado Azaleia desde 2006, seguiremos expandiendo el alcance de la marca, ahora con nuestra nueva línea de belleza y cuidado personal Azaleia Beauty, que acabamos de lanzar.

En 3T26 reportamos ingresos consolidados por MM $89.312, un incremento de 3,9%, impulsado por nuestras filiales que crecieron un robusto 25,1%, con alzas de doble dígito en los tres países. En Chile nuestros ingresos decrecieron 6,7%, explicado por el desafiante entorno macroeconómico, el errático clima producido por el fenómeno del Niño y el incidente de ciberseguridad que afectó nuestras operaciones. Nuestro EBITDA consolidado alcanzó MM $8.620, una disminución de 22,1%, con un margen EBITDA de 9,7%, una contracción de 322 pb. El GAV consolidado aumentó 14,4% explicado, en gran parte, por el alza de 25,3% en las filiales, impulsado principalmente por mayores gastos relacionados a la apertura y maduración de nuevas marcas/tiendas y, también, por el fuerte crecimiento del canal digital. En Chile el GAV aumentó 9,4%, explicado, principalmente, por la expansión y optimización de nuestra flota de tiendas y por el impacto de la inflación en nuestros gastos. Este trimestre, registramos una pérdida neta consolidada de MM $1.758.

Nuestras filiales internacionales continuaron su trayectoria de crecimiento y rentabilidad este trimestre. Los ingresos de las filiales alcanzaron MM $35.909, con alzas de 49,4% en Colombia, 17,4% en Perú y 10,7% en Uruguay. El EBITDA de las filiales creció un 27,1%, con un margen EBITDA de 18,1%, una expansión de 29 pb. La venta digital de las filiales (28% del DTC) aumentó 53,9%, con alzas de doble dígito en los tres países. Durante el trimestre, nuestras filiales abrieron cuatro tiendas (tres en Colombia y una en Perú), con lo cual incrementamos la superficie de venta en un 10,5% en los últimos doce meses (15 tiendas adicionales, neto).

En Chile, el 15 de septiembre detectamos que algunos de nuestros sistemas informáticos habían sido afectados por un ciberataque causado por un agente externo. Inmediatamente, activamos nuestros planes de contingencia para aislar los sistemas informáticos comprometidos y, paralelamente, implementar procesos alternativos para mitigar el impacto en nuestras operaciones. Pese a esas medidas, el incidente generó disrupciones que afectaron la venta en Chile. Durante las semanas siguientes, fuimos restableciendo, progresivamente, las funciones afectadas y, a la fecha de este reporte, nuestras operaciones están regularizadas en todos nuestros canales de venta. FORUS cuenta con un seguro para incidentes de ciberseguridad con cobertura para gastos asociados y lucro cesante. Finalmente, queremos agradecer a nuestros clientes, socios y proveedores por su comprensión y apoyo durante este periodo.

II. Resultados Consolidados

FORUS S.A. Y FILIALES RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS	3T26 MM$	% Ing.	3T25 MM$	% Ing.	Var %	Var pb
Ingresos	**89.312**		**85.943**		***3,9%***	
Costos de ventas	(41.366)	-46,3%	(40.032)	-46,6%	*3,3%*	
Ganancia Bruta	**47.946**	**53,7%**	**45.911**	**53,4%**	***4,4%***	**26**
Gasto de Administración y Ventas (GAV)	(48.287)	-54,1%	(42.211)	-49,1%	*14,4%*	(495)
Resultado Operacional	**(341)**	**-0,4%**	**3.700**	**4,3%**	***-109,2%***	**(469)**
Depreciación y Amortización	8.961	10,0%	7.362	8,6%		
EBITDA	**8.620**	**9,7%**	**11.062**	**12,9%**	***-22,1%***	**(322)**
Otros Ingresos, por función	540		327		*65,5%*	
Otros Gastos, por función	(114)		(40)		*188,9%*	
Ingresos financieros	765		742		*3,1%*	
Gastos financieros	(1.616)		(1.439)		*12,3%*	
Diferencias de cambio	(839)		455		*-284,5%*	
Resultados por unidades de reajuste	(268)		32		*-936,8%*	
Otras ganancias y pérdidas	(129)		104		*-223,4%*	
Resultado No Operacional	**(1.660)**	**-1,9%**	**182**	**0,2%**	***-1014,2%***	**(207)**
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	**(2.001)**	**-2,2%**	**3.881**	**4,5%**	***-151,6%***	**(676)**
Impuesto a la Renta	231		(1.278)		*-118,0%*	
Ganancia (pérdida) antes de Interés Minoritario	**(1.770)**	**-2,0%**	**2.603**	**3,0%**	***-168,0%***	**(501)**
Interés Minoritario	(12)		19		*-166,7%*	
Ganancia (Pérdida) Neta	**(1.758)**	**-2,0%**	**2.584**	**3,0%**	***-168,0%***	**(498)**

Ingresos: Este trimestre, nuestros ingresos consolidados aumentaron 3,9%, impulsados por nuestras filiales internacionales, que, en su conjunto, reportaron un robusto crecimiento de 25,1%, con alzas de 49,4% en Colombia, 17,4% en Perú y 10,7% en Uruguay. En Chile nuestros ingresos decrecieron 6,7%, presionados por el desafiante entorno macroeconómico, el fenómeno del Niño y el incidente de ciberseguridad. A nivel consolidado, la venta del segmento DTC aumentó 7,9%, mientras que el segmento *wholesale* decreció 10,1%. Dentro del segmento DTC, destacamos el sostenido crecimiento del canal digital, que registró un alza de 26,8%, impulsado por el continuo fortalecimiento de nuestro ecosistema *phygital*. Este trimestre, a nivel consolidado, la venta digital representó 24,1% del segmento DTC y 19,5% de los ingresos totales.

Resultado Operacional y EBITDA: Registramos una pérdida operacional consolidada de MM $341 y nuestro EBITDA consolidado decreció 22,1%, presionado por Chile, dado que las filiales internacionales, en su conjunto, registraron alzas de 22,8% y 27,1% en su resultado operacional y EBITDA, respectivamente.

Utilidad Neta: Este trimestre tuvimos una pérdida neta de MM $1.758. Registramos una pérdida no operacional de MM $1.660 este trimestre, explicado principalmente por una mayor pérdida por el impacto de la variación de tipo de cambio en el valor contable de los activos denominados en USD.

FORUS S.A. Y FILIALES RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS						
	9M26 MM$	% Ing.	9M25 MM$	% Ing.	Var %	Var pb
Ingresos	**299.618**		**292.101**		***2,6%***	
Costos de ventas	(138.483)	-46,2%	(136.168)	-46,6%	*1,7%*	
Ganancia Bruta	**161.136**	**53,8%**	**155.933**	**53,4%**	***3,3%***	**40**
Gasto de Administración y Ventas (GAV)	(144.684)	-48,3%	(129.631)	-44,4%	*11,6%*	(391)
Resultado Operacional	**16.451**	**5,5%**	**26.302**	**9,0%**	***-37,5%***	**(351)**
Depreciación y Amortización	25.785	8,6%	21.850	7,5%		
EBITDA	**42.236**	**14,1%**	**48.152**	**16,5%**	***-12,3%***	**(239)**
Otros Ingresos, por función	1.112		753		*47,8%*	
Otros Gastos, por función	(416)		(206)		*102,3%*	
Ingresos financieros	1.501		2.283		*-34,3%*	
Gastos financieros	(4.479)		(4.182)		*7,1%*	
Diferencias de cambio	(55)		(843)		*-93,5%*	
Resultados por unidades de reajuste	997		458		*117,4%*	
Otras ganancias y pérdidas	(276)		303		*-191,0%*	
Resultado No Operacional	**(1.616)**	**-0,5%**	**(1.433)**	**-0,5%**	***12,8%***	**(5)**
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	**14.835**	**5,0%**	**24.869**	**8,5%**	***-40,3%***	**(356)**
Impuesto a la Renta	(5.088)		(7.045)		*-27,8%*	
Ganancia (pérdida) antes de Interés Minoritario	**9.747**	**3,3%**	**17.824**	**6,1%**	***-45,3%***	**(285)**
Interés Minoritario	(100)		72		*-239,6%*	
Ganancia (Pérdida) Neta	**9.847**	**3,3%**	**17.752**	**6,1%**	***-44,5%***	**(279)**

III. Hechos Relevantes del Periodo

FORUS adquiere la marca Azaleia para Chile y Perú

A fines de septiembre, FORUS firmó un acuerdo con la empresa brasileña Vulcabras para adquirir los derechos de propiedad (IP) de la marca Azaleia para dos mercados: Chile, donde operamos la marca hace 20 años, y Perú, donde la marca era operada directamente por Vulcabras. En Chile, donde hemos comercializado la marca bajo la modalidad de licencia exclusiva desde 2006, Azaleia se ha convertido en la marca de calzado y accesorios preferida por la mujer contemporánea, gracias a los atractivos y cómodos diseños creados por nuestro equipo de diseñadoras en Santiago. Con este acuerdo, que entró en vigencia a partir del 1 de octubre, Azaleia pasó de ser una marca licenciada a ser parte de nuestro portafolio de FORUS BRANDS, que incluye marcas líderes e innovadoras como RKF, BSoul y Norseg.

Como parte del acuerdo, FORUS adquirió también la actual operación de Azaleia en Perú, que incluye 14 tiendas (muebles, equipamiento e inventario), el canal digital (Azaleia.pe + marketplaces de terceros) y el canal mayorista. En los próximos meses, la oferta de productos de Azaleia en Perú se ampliará para incluir, también, las colecciones de atractivos productos de valor diseñados por nuestro equipo en Chile.

En Chile, FORUS continuará ofreciendo Azaleia a nivel nacional a través de nuestra cadena de tiendas de la marca (16 locales con planes de abrir dos adicionales en 2027), nuestros canales digitales (Azaleia.cl + marketplaces de terceros) y nuestro canal mayorista, que extiende la oferta de Azaleia a numerosas tiendas y sitios multimarca de terceros en todo el país. La adquisición de la marca Azaleia para Chile y Perú nos permitirá capturar mayores economías de escala en la producción de las colecciones, mejorar eficiencias operativas y acelerar el crecimiento de la marca en ambos mercados.

Azaleia entra a la categoría de belleza y cuidado personal con lanzamiento de Azaleia Beauty

Azaleia Beauty debutó en Chile con una colección inicial de *skincare* (cuidado de piel), para la rutina diaria de limpieza e hidratación, y cosméticos, para resaltar la belleza natural. Esta nueva propuesta destaca por sus fórmulas innovadoras, empaques vibrantes y formatos ideales para regalo, abarcando las siguientes categorías: cuidado corporal y bronceado, cuidado especializado de manos, y cosmética y mascarillas. Azaleia Beauty está disponible en Chile en nuestras tiendas, en www.azaleia.cl y en las tiendas por departamento Paris.

Expansión de CD en Perú

En septiembre iniciamos un proyecto de expansión de nuestro centro de distribución (arrendado) en Perú, ubicado en el distrito de Punta Hermosa, a 30 kilómetros de Lima. Con una inversión de aproximadamente US$ 650.000, incorporaremos un sistema de equipamiento de alta densidad con la

instalación de *racks*, lo que incrementará en aproximadamente un 60% la capacidad de almacenaje y distribución del actual CD. El proyecto debería estar operativo durante el primer trimestre de 2027.

Incidente de ciberseguridad

El 15 de septiembre de este año, FORUS tomó conocimiento de que algunos sistemas informáticos de la Compañía se vieron afectados por un ciberataque causado por un agente externo. FORUS activó de inmediato sus planes y protocolos de prevención, detección y respuesta, con la asistencia de expertos de ciberseguridad y análisis forense digital. Como parte de esa respuesta, la Compañía inició procesos para identificar y aislar los sistemas informáticos comprometidos y, paralelamente, implementó procesos alternativos para seguir operando y mitigar el impacto en la venta en Chile. Pese a esas medidas, el incidente generó disrupciones que afectaron la venta en Chile. Durante las semanas siguientes al ciberataque, la Compañía fue restableciendo, progresivamente, las funciones afectadas. A la fecha de este reporte, nuestras operaciones están regularizadas en todos nuestros canales de venta. FORUS cuenta con un seguro para incidentes de ciberseguridad con cobertura para gastos asociados y lucro cesante. Finalmente, queremos agradecer a nuestros clientes, socios y proveedores por su comprensión y apoyo durante este periodo.

Optimización de portafolio de tiendas

Este trimestre continuamos optimizando nuestro portafolio de tiendas, a través de nuestro plan de remodelaciones/reubicaciones, aperturas y cierres. En línea con eso, abrimos 7 tiendas (3 en Chile, 3 en Colombia y 1 en Perú) y cerramos 4 locales (2 en Chile, 1 en Colombia y 1 en Perú) durante el trimestre. También completamos 8 remodelaciones/reubicaciones durante el trimestre en Chile.

Situación de nuestra filial tras el terremoto en Colombia

El 10 de agosto de este año, un terremoto de magnitud 7,4, con epicentro en el departamento de Chocó, provocó una severa catástrofe humanitaria en el occidente de Colombia. Nuestra primera preocupación, como empresa, fue el bienestar de nuestros colaboradores y sus familias que se encontraban en las zonas afectadas. En cuanto a nuestras operaciones en el país, cerramos cinco tiendas, temporalmente, en la ciudad de Cali, una de las ciudades más afectadas por el terremoto. A la fecha de este reporte, cuatro de esas tiendas están operativas (cerramos de forma permanente una de esas cinco tiendas, de acuerdo con nuestros planes de optimización) y estamos gestionando el seguro por los daños sufridos al inmobiliario/inventario en dos tiendas.

Hechos Posteriores al Periodo

Dividendo provisorio de $15,50 por acción

El Directorio de FORUS acordó pagar un dividendo provisorio, con cargo a las utilidades del ejercicio 2026, por la suma de CLP 4.006.269.500, lo que equivale a CLP 15,50 por acción, en dinero efectivo. El dividendo se pagará a partir del 11 de diciembre de 2026 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del quinto día hábil anterior a la fecha de pago.

Incendio en centro comercial afecta tres tiendas en Uruguay

El 11 de noviembre un incendio de gran magnitud se desató en el centro comercial Colonia Shopping, ubicado en la ciudad de Colonia, en Uruguay, generando la pérdida total de las tres tiendas FORUS (CAT, Hush Puppies y RKF) que teníamos en ese mall. A la fecha de este reporte, no se registraron víctimas fatales ni personas lesionadas, afortunadamente. FORUS cuenta con seguros con cobertura para pérdidas asociadas a inmobiliario, equipamiento e inventario.

IV. Resultados por País y Segmento

Chile

Total (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**53.403**	**57.233**	***-6,7%***
Costos	(24.933)	(26.909)	*-7,3%*
Ganancia Bruta	**28.470**	**30.324**	***-6,1%***
Margen Bruto	53,3%	53,0%	33
GAV	(31.654)	(28.940)	*9,4%*
GAV/Ingresos	-59,3%	-50,6%	-871
Resultado Operacional	**(3.184)**	**1.384**	***-330,1%***
Margen Operacional	-6,0%	2,4%	-838
EBITDA	**2.112**	**5.941**	***-64,4%***
Margen EBITDA	4,0%	10,4%	-642

Total (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**199.162**	**207.876**	***-4,2%***
Costos	(93.603)	(97.376)	*-3,9%*
Ganancia Bruta	**105.559**	**110.499**	***-4,5%***
Margen Bruto	53,0%	53,2%	-15
GAV	(98.795)	(92.431)	*6,9%*
GAV/Ingresos	-49,6%	-44,5%	-514
Resultado Operacional	**6.764**	**18.068**	***-62,6%***
Margen Operacional	3,4%	8,7%	-530
EBITDA	**22.942**	**32.635**	***-29,7%***
Margen EBITDA	11,5%	15,7%	-418

DTC (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**41.877**	**43.138**	***-2,9%***
Costos	(18.494)	(18.903)	*-2,2%*
Ganancia Bruta	**23.383**	**24.236**	***-3,5%***
Margen Bruto	55,8%	56,2%	-34
GAV	(25.612)	(23.305)	*9,9%*
GAV/Ingresos	-61,2%	-54,0%	-714
Resultado Operacional	**(2.229)**	**931**	***-339,4%***
Margen Operacional	-5,3%	2,2%	-748
EBITDA	**2.210**	**4.776**	***-53,7%***
Margen EBITDA	5,3%	11,1%	-579

DTC (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**156.997**	**161.244**	***-2,6%***
Costos	(70.246)	(70.604)	*-0,5%*
Ganancia Bruta	**86.751**	**90.640**	***-4,3%***
Margen Bruto	55,3%	56,2%	-96
GAV	(81.793)	(74.876)	*9,2%*
GAV/Ingresos	-52,1%	-46,4%	-566
Resultado Operacional	**4.958**	**15.764**	***-68,5%***
Margen Operacional	3,2%	9,8%	-662
EBITDA	**18.772**	**28.189**	***-33,4%***
Margen EBITDA	12,0%	17,5%	-553

Wholesale (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**11.526**	**14.095**	***-18,2%***
Costos	(6.439)	(8.007)	*-19,6%*
Ganancia Bruta	**5.087**	**6.088**	***-16,4%***
Margen Bruto	44,1%	43,2%	94
GAV	(6.042)	(5.636)	*7,2%*
GAV/Ingresos	-52,4%	-40,0%	-1.243
Resultado Operacional	**(954)**	**452**	***-310,9%***
Margen Operacional	-8,3%	3,2%	-1.149
EBITDA	**(98)**	**1.165**	***-108,4%***
Margen EBITDA	-0,9%	8,3%	-911

Wholesale (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**42.164**	**46.632**	***-9,6%***
Costos	(23.356)	(26.772)	*-12,8%*
Ganancia Bruta	**18.808**	**19.859**	***-5,3%***
Margen Bruto	44,6%	42,6%	202
GAV	(17.002)	(17.555)	*-3,1%*
GAV/Ingresos	-40,3%	-37,6%	-268
Resultado Operacional	**1.806**	**2.305**	***-21,6%***
Margen Operacional	4,3%	4,9%	-66
EBITDA	**4.170**	**4.446**	***-6,2%***
Margen EBITDA	9,9%	9,5%	35

Ingresos: Nuestros ingresos en Chile (59,8% de FORUS consolidado) decrecieron 6,7%, con variaciones de -2,9% y -18,2% en los segmentos DTC (78% del ingreso de Chile) y *wholesale* (22% del ingreso de Chile), respectivamente, presionado por el desafiante entorno macroeconómico, el extremo y atípico clima producido por el fenómeno del Niño y por el incidente de ciberseguridad que generó disrupciones a nuestras operaciones. Dentro del segmento DTC, la venta del canal digital (21% del DTC) creció 8,8%, registrando alzas de doble dígito en los meses de julio y agosto, antes del incidente de ciberseguridad. La venta en tiendas tuvo una variación de -5,6% (SSS -9,2%). Este trimestre continuamos optimizando nuestra flota de tiendas, con la inauguración de tres nuevos locales de las cadenas Under Armour, PARFOIS y CAT, y el cierre de dos tiendas de bajo desempeño; también completamos ocho remodelaciones/reubicaciones durante el trimestre. Como resultado, nuestra superficie de ventas aumentó 3,7% con respecto al mismo periodo del año pasado. Este trimestre, la actividad económica (PIB) de Chile disminuyó 1,1%, el desempleo alcanzó 9,8% (un alza de 1,3 puntos porcentuales en doce meses), la tasa de ocupación informal se ubicó en 26,4% y la inflación a doce meses se ubicó en 4,1% (septiembre). Dentro de este contexto, la confianza del consumidor continuó en terreno pesimista,

registrando 40,5 puntos en septiembre (50 es neutral). Como consecuencia de este complejo escenario para el consumo, varios clientes *wholesale* continuaron ajustando sus compras de inventario este trimestre.

Resultado Operacional y EBITDA: En Chile este trimestre registramos una pérdida operacional de MM $ 3.184 y nuestro EBITDA decreció 64,4%. El margen bruto tuvo una leve expansión de 33 pb, impulsado por el segmento *wholesale*, debido a la apreciación del CLP/USD en el costo promedio de la colección de invierno 2026. Este trimestre el GAV aumentó 9,4%, impulsado por la apertura de 17 tiendas en los últimos 12 meses (8 locales adicionales, neto), el impacto de la inflación (4,1%) en nuestros gastos y por el crecimiento del canal digital (que tiene un componente mayor de gasto variable).

Peru

Total (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**12.244**	**10.430**	***17,4%***
Costos	(5.338)	(4.397)	*21,4%*
Ganancia Bruta	**6.905**	**6.033**	***14,5%***
Margen Bruto	56,4%	57,8%	-145
GAV	(5.315)	(4.650)	*14,3%*
GAV/Ingresos	-43,4%	-44,6%	118
Resultado Operacional	**1.591**	**1.383**	***15,0%***
Margen Operacional	13,0%	13,3%	-27
EBITDA	**2.840**	**2.430**	***16,9%***
Margen EBITDA	23,2%	23,3%	-10

Total (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**34.381**	**29.198**	***17,8%***
Costos	(14.656)	(12.247)	*19,7%*
Ganancia Bruta	**19.725**	**16.950**	***16,4%***
Margen Bruto	57,4%	58,1%	-68
GAV	(14.994)	(13.002)	*15,3%*
GAV/Ingresos	-43,6%	-44,5%	92
Resultado Operacional	**4.731**	**3.948**	***19,8%***
Margen Operacional	13,8%	13,5%	24
EBITDA	**8.105**	**6.686**	***21,2%***
Margen EBITDA	23,6%	22,9%	68

DTC (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**10.583**	**9.033**	***17,2%***
Costos	(4.476)	(3.674)	*21,8%*
Ganancia Bruta	**6.107**	**5.359**	***14,0%***
Margen Bruto	57,7%	59,3%	-162
GAV	(4.741)	(4.136)	*14,6%*
GAV/Ingresos	-44,8%	-45,8%	100
Resultado Operacional	**1.366**	**1.222**	***11,8%***
Margen Operacional	12,9%	13,5%	-62
EBITDA	**2.565**	**2.220**	***15,5%***
Margen EBITDA	24,2%	24,6%	-34

DTC (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**28.629**	**24.543**	***16,6%***
Costos	(11.764)	(9.807)	*20,0%*
Ganancia Bruta	**16.865**	**14.736**	***14,4%***
Margen Bruto	58,9%	60,0%	-113
GAV	(13.199)	(11.477)	*15,0%*
GAV/Ingresos	-46,1%	-46,8%	66
Resultado Operacional	**3.666**	**3.259**	***12,5%***
Margen Operacional	12,8%	13,3%	-47
EBITDA	**6.893**	**5.854**	***17,7%***
Margen EBITDA	24,1%	23,9%	23

Wholesale (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**1.661**	**1.397**	***18,9%***
Costos	(862)	(723)	*19,4%*
Ganancia Bruta	**798**	**675**	***18,3%***
Margen Bruto	48,1%	48,3%	-22
GAV	(574)	(514)	*11,7%*
GAV/Ingresos	-34,5%	-36,8%	222
Resultado Operacional	**225**	**161**	***39,5%***
Margen Operacional	13,5%	11,5%	200
EBITDA	**275**	**210**	***30,8%***
Margen EBITDA	16,6%	15,1%	152

Wholesale (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**5.752**	**4.654**	***23,6%***
Costos	(2.891)	(2.440)	*18,5%*
Ganancia Bruta	**2.861**	**2.214**	***29,2%***
Margen Bruto	49,7%	47,6%	216
GAV	(1.795)	(1.525)	*17,7%*
GAV/Ingresos	-31,2%	-32,8%	155
Resultado Operacional	**1.065**	**689**	***54,6%***
Margen Operacional	18,5%	14,8%	371
EBITDA	**1.212**	**832**	***45,7%***
Margen EBITDA	21,1%	17,9%	320

Ingresos: Este trimestre en Perú nuestros ingresos aumentaron 17,4% (15,4% en moneda local), con un sólido desempeño en ambos segmentos: DTC (86% del ingreso de Perú) aumentó 17,2% y *wholesale* (14% del ingreso de Perú) registró un alza de 18,9%. Destacamos que este crecimiento se logró a pesar de que el fenómeno de El Niño elevó las temperaturas promedias este invierno en Perú,

reduciendo la demanda por vestuario/calzado de la temporada. VANS, que agregamos a principios de este año, contribuyó también a la mayor diversificación de marcas y productos durante el trimestre. Dentro del segmento DTC, el canal digital (24% del DTC) destacó por su crecimiento de 34,2%, explicado por optimizaciones en la publicidad pagada y por el evento ciber en julio. La venta presencial (76% del DTC) creció 12,8%, con un SSS de 4,0%. Este trimestre abrimos una tienda (Columbia) y cerramos otra (Hush Puppies); la superficie de ventas aumentó 14,3% a/a (explicado principalmente por las ocho tiendas VANS que abrimos este año).

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Perú aumentaron 15,0% y 16,9%, respectivamente. El margen bruto se deterioró (145 pb), explicado principalmente por mayores descuentos, lo que fue compensado, en parte, por una mejora de 118 pb en el GAV/ingresos. El GAV creció 14,3% este trimestre, explicado por la incorporación de nuevas marcas y tiendas (arriendos, remuneraciones y depreciación) y por el fuerte crecimiento del canal digital, que tiene un mayor componente de gasto variable.

Colombia

Total (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)	Total (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**13.266**	**8.882**	***49,4%***	**Ingresos**	**33.750**	**24.854**	***35,8%***
Costos	(6.213)	(4.481)	*38,7%*	Costos	(15.622)	(12.791)	*22,1%*
Ganancia Bruta	**7.053**	**4.401**	***60,2%***	**Ganancia Bruta**	**18.128**	**12.063**	***50,3%***
Margen Bruto	53,2%	49,6%	361	Margen Bruto	53,7%	48,5%	518
GAV	(6.357)	(4.073)	*56,1%*	GAV	(16.282)	(10.740)	*51,6%*
GAV/Ingresos	-47,9%	-45,9%	-206	GAV/Ingresos	-48,2%	-43,2%	-503
Resultado Operacional	**695**	**328**	***112,2%***	**Resultado Operacional**	**1.846**	**1.323**	***39,5%***
Margen Operacional	5,2%	3,7%	155	Margen Operacional	5,5%	5,3%	14
EBITDA	**2.289**	**1.334**	***71,6%***	**EBITDA**	**5.807**	**3.749**	***54,9%***
Margen EBITDA	17,3%	15,0%	224	Margen EBITDA	17,2%	15,1%	212

DTC (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)	DTC (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**10.725**	**6.811**	***57,5%***	**Ingresos**	**27.810**	**19.253**	***44,4%***
Costos	(4.823)	(3.168)	*52,2%*	Costos	(12.301)	(8.968)	*37,2%*
Ganancia Bruta	**5.902**	**3.643**	***62,0%***	**Ganancia Bruta**	**15.509**	**10.285**	***50,8%***
Margen Bruto	55,0%	53,5%	155	Margen Bruto	55,8%	53,4%	235
GAV	(5.362)	(3.203)	*67,4%*	GAV	(13.801)	(8.645)	*59,6%*
GAV/Ingresos	-50,0%	-47,0%	-297	GAV/Ingresos	-49,6%	-44,9%	-472
Resultado Operacional	**540**	**440**	***22,7%***	**Resultado Operacional**	**1.708**	**1.639**	***4,2%***
Margen Operacional	5,0%	6,5%	-142	Margen Operacional	6,1%	8,5%	-237
EBITDA	**1.889**	**1.254**	***50,6%***	**EBITDA**	**5.103**	**3.625**	***40,8%***
Margen EBITDA	17,6%	18,4%	-80	Margen EBITDA	18,4%	18,8%	-48

Wholesale (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)	Wholesale (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**2.540**	**2.071**	***22,7%***	**Ingresos**	**5.939**	**5.601**	***6,0%***
Costos	(1.390)	(1.313)	*5,9%*	Costos	(3.321)	(3.823)	*-13,1%*
Ganancia Bruta	**1.150**	**758**	***51,8%***	**Ganancia Bruta**	**2.619**	**1.778**	***47,3%***
Margen Bruto	45,3%	36,6%	868	Margen Bruto	44,1%	31,7%	1.235
GAV	(995)	(870)	*14,3%*	GAV	(2.481)	(2.094)	*18,5%*
GAV/Ingresos	-39,2%	-42,0%	286	GAV/Ingresos	-41,8%	-37,4%	-438
Resultado Operacional	**155**	**(112)**	***N.A.***	**Resultado Operacional**	**138**	**(316)**	***N.A.***
Margen Operacional	6,1%	-5,4%	1.154	Margen Operacional	2,3%	-5,6%	796
EBITDA	**400**	**80**	***402,7%***	**EBITDA**	**703**	**124**	***465,2%***
Margen EBITDA	15,7%	3,8%	1.189	Margen EBITDA	11,8%	2,2%	962

Ingresos: En Colombia nuestros ingresos aumentaron 49,4% (22,6% en moneda local), impulsado principalmente por el segmento DTC (81% del ingreso de Colombia), que creció 57,5% (29,3% en moneda local) y por el efecto favorable de la apreciación del COP, que aumentó la contribución de la filial al consolidar los resultados en CLP. El canal digital (33% del DTC) creció 61,8% (33,0% en moneda local), impulsado por la incorporación de la marca VANS (agosto 2025), por la migración de nuestros sitios de comercio electrónico a una nueva plataforma y por un mayor foco en la experiencia del cliente. La venta en tiendas creció 55,4% (27,5% en moneda local), explicado principalmente por el incremento, neto, de ocho tiendas en doce meses (incluyendo ocho tiendas VANS), equivalente a un alza de 20,3% a/a en la superficie de venta. Este trimestre registramos un SSS de 2,7%, impactado en parte por el terremoto en Cali y otras ciudades, que afectó la demanda por vestuario y calzado en las zonas afectadas. Durante el trimestre, abrimos tres tiendas nuevas, incluyendo un nuevo local en Barranquilla, luego de muchos años de no tener presencia en esa ciudad. El canal *wholesale*, a su vez, registró un alza de 22,7% (0,5% en moneda local), presionado, en parte, por el cierre de tiendas de uno de nuestros clientes mayoristas.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Colombia aumentaron 112,2% y 71,6%, respectivamente. El margen bruto de Colombia se expandió en 361 pb, con mejoras en ambos segmentos, explicado por i) el impacto favorable de la apreciación del COP/USD en el costo promedio del inventario, ii) menores descuentos por tener un inventario más saludable y iii) la variación del *mix* de segmentos (DTC tiene mejor margen bruto que *wholesale*). El GAV creció 56,1% este trimestre, explicado principalmente por i) el aumento del salario mínimo en 23,7% (1 de enero 2026), lo que incrementó el gasto en sueldos base de nuestra fuerza de venta y ii) la apertura y proceso de maduración de ocho tiendas adicionales, neto, en los últimos doce meses (arriendos, remuneraciones y depreciación).

Uruguay

Total (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**10.400**	**9.398**	***10,7%***
Costos	(4.882)	(4.245)	*15,0%*
Ganancia Bruta	**5.518**	**5.153**	***7,1%***
Margen Bruto	53,1%	54,8%	-177
GAV	(4.961)	(4.547)	*9,1%*
GAV/Ingresos	-47,7%	-48,4%	68
Resultado Operacional	**557**	**605**	***-8,0%***
Margen Operacional	5,4%	6,4%	-108
EBITDA	**1.379**	**1.357**	***1,6%***
Margen EBITDA	13,3%	14,4%	-118

Total (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**32.327**	**30.173**	***7,1%***
Costos	(14.603)	(13.753)	*6,2%*
Ganancia Bruta	**17.724**	**16.421**	***7,9%***
Margen Bruto	54,8%	54,4%	41
GAV	(14.613)	(13.459)	*8,6%*
GAV/Ingresos	-45,2%	-44,6%	-60
Resultado Operacional	**3.111**	**2.962**	***5,0%***
Margen Operacional	9,6%	9,8%	-19
EBITDA	**5.382**	**5.081**	***5,9%***
Margen EBITDA	16,6%	16,8%	-19

DTC (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**9.019**	**7.932**	***13,7%***
Costos	(4.027)	(3.370)	*19,5%*
Ganancia Bruta	**4.993**	**4.562**	***9,4%***
Margen Bruto	55,4%	57,5%	-216
GAV	(4.566)	(4.083)	*11,9%*
GAV/Ingresos	-50,6%	-51,5%	84
Resultado Operacional	**426**	**480**	***-11,1%***
Margen Operacional	4,7%	6,0%	-132
EBITDA	**1.224**	**1.206**	***1,5%***
Margen EBITDA	13,6%	15,2%	-164

DTC (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**28.003**	**25.889**	***8,2%***
Costos	(12.056)	(11.114)	*8,5%*
Ganancia Bruta	**15.948**	**14.776**	***7,9%***
Margen Bruto	56,9%	57,1%	-12
GAV	(13.484)	(12.346)	*9,2%*
GAV/Ingresos	-48,2%	-47,7%	-47
Resultado Operacional	**2.463**	**2.430**	***1,4%***
Margen Operacional	8,8%	9,4%	-59
EBITDA	**4.662**	**4.482**	***4,0%***
Margen EBITDA	16,6%	17,3%	-66

Wholesale (MM $)	3T26	3T25	(%, pb)
Ingresos	**1.381**	**1.465**	***-5,8%***
Costos	(855)	(875)	*-2,3%*
Ganancia Bruta	**525**	**590**	***-11,0%***
Margen Bruto	38,1%	40,3%	-223
GAV	(395)	(465)	*-15,1%*
GAV/Ingresos	-28,6%	-31,7%	313
Resultado Operacional	**131**	**125**	***4,1%***
Margen Operacional	9,5%	8,6%	90
EBITDA	**155**	**151**	***2,8%***
Margen EBITDA	11,2%	10,3%	94

Wholesale (MM $)	9M26	9M25	(%, pb)
Ingresos	**4.323**	**4.284**	***0,9%***
Costos	(2.547)	(2.639)	*-3,5%*
Ganancia Bruta	**1.776**	**1.645**	***8,0%***
Margen Bruto	41,1%	38,4%	268
GAV	(1.129)	(1.113)	*1,4%*
GAV/Ingresos	-26,1%	-26,0%	-13
Resultado Operacional	**647**	**532**	***21,6%***
Margen Operacional	15,0%	12,4%	255
EBITDA	**720**	**600**	***20,1%***
Margen EBITDA	16,7%	14,0%	266

Ingresos: En Uruguay nuestros ingresos aumentaron 10,7% (14,5% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (87% del ingreso de Uruguay), que creció 13,7% (17,5% en moneda local), lo que fue contrarrestado parcialmente por la variación de -5,8% (-1,7% en moneda local) en el segmento *wholesale* (13% del ingreso) y por el efecto desfavorable de la depreciación del UYU, que disminuyó la contribución de la filial al consolidar los resultados en CLP. Dentro del segmento DTC, sobresalió el desempeño del canal digital (28% del DTC), que registró un alza de 63,0% (67,9% en moneda local), impulsado por la migración de nuestros sitios web a una nueva plataforma y por mejoras en el *mix* de productos comprados para ese canal. La venta presencial creció 2,0% (5,5% en moneda local) con un SSS de 5,9%. No realizamos aperturas de tiendas nuevas, ni cierres definitivos, en los últimos 12 meses.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Uruguay registraron variaciones de -8,0% y 1,6%, respectivamente. El margen bruto se deterioró 177 pb, explicado por mayores descuentos y por el impacto desfavorable de la depreciación del UYU/USD en el costo

promedio del inventario. El GAV creció 9,1% este trimestre, explicado principalmente por la fuerte alza del canal digital, que tiene un mayor componente de gastos variables.

V. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

- **Activos** (en millones de pesos MM$)

	Sep-26 MM$	Dic-25 MM$	Variación MM$	%
Activo Corriente	221.070	224.020	(2.950)	-1,3%
Activo No Corriente	194.551	162.898	31.652	19,4%
Total Activos	**415.620**	**386.918**	**28.702**	**7,4%**

El **Activo Corriente** presentó una variación de -1,3% y mostró cambios relevantes en las siguientes cuentas: *Inventarios*, que aumentó MM $10.814, por la compra de mercadería; *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, que disminuyó MM $10.191, por la compra de inventario y por la inversión en tiendas (aperturas y remodelaciones) y en el nuevo CD ENEA; *Activos por Impuestos Corrientes,* que disminuyó MM $ 4.619, por el recupero de excedentes de impuestos que se encontraban activados al 31 de diciembre 2025; y *Otros Activos No Financieros, Corriente*, que aumentó MM $2.678, por gastos anticipados relacionados con publicidad, entre otros.

El **Activo No Corriente** aumentó 19,4% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Derechos de Uso,* que aumentó MM $19.812, principalmente, por el incremento en derechos de uso por las renovaciones de contratos de arrendamiento y la apertura de nuevos locales; y *Propiedades, Planta y Equipos,* que aumentó MM $10.513, explicado por inversiones en el nuevo centro de distribución, la apertura de nuevas tiendas y la remodelación de tiendas.

- **Pasivos** (en millones de pesos MM$)

	Sep-26 MM$	Dic-25 MM$	Variación MM$	%
Pasivo Corriente	66.709	70.853	(4.144)	-5,8%
Pasivo No Corriente	75.826	59.925	15.901	26,5%
Patrimonio	273.086	256.140	16.946	6,6%
Total Patrimonio y Pasivos	**415.620**	**386.918**	**28.702**	**7,4%**

El **Pasivo Corriente** presentó una disminución de 5,8%, con variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otras Provisiones a Corto Plazo*, que disminuyó MM $5.069, debido al pago de los dividendos que se encontraban provisionados; *Otros Pasivos por Arrendamientos, Corriente* que aumentó MM

$4.382 por las renovaciones de contratos de arrendamientos y aperturas de nuevos locales; *Otros Pasivos No Financieros, Corriente*, que disminuyó MM $2.724, por la disminución en IVA devengado; y *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que disminuyó MM $2.510, principalmente por el pago de la compra de inventarios.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 26,5%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM $15.901, asociado a las renovaciones de contratos de arrendamientos y la apertura de nuevos locales que generan un incremento en las obligaciones de largo plazo.

- **Patrimonio**

El saldo del Patrimonio al 30 de septiembre de 2026 y al 31 de diciembre de 2025 se compone de la siguiente manera:

	Sep-26 MM$	Dic-25 MM$	Variación MM$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	32.549	25.250	7.299	28,9%
Utilidades Acumuladas	215.591	205.844	9.747	4,7%
Participaciones no Controladas	703	803	(100)	-12,5%
Total Patrimonio	**273.086**	**256.140**	**16.946**	**6,6%**

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM $16.946 debido, principalmente, al crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. La utilidad neta de la compañía alcanzó MM $9.847 al 30 de septiembre de 2026.

La variación de la cuenta *Otras Reservas* corresponde a las diferencias en conversión de filiales según el siguiente detalle:

	MM$
Perú Forus S.A.	1.977
Uruforus S.A.	1.237
Forus Colombia S.A.S.	4.050
Eurus SL	35
Total diferencias de conversión	**7.299**

Razones Financieras

- **Índices de Endeudamiento y Liquidez**

	Unidad	Sep-26	Dic-25	Variación
Coeficiente endeudamiento	veces	0,52	0,51	0,01
Cobertura de Intereses	veces	9,43	12,05	-2,62

	Unidad	Sep-26	Dic-25	Variación
Liquidez corriente	veces	3,31	3,16	0,15
Razón Ácida	veces	1,39	1,50	-0,11

La liquidez corriente presenta una leve mejora con respecto a diciembre, principalmente, por la disminución de 5,8% en el Pasivo Corriente. La razón ácida registró una variación de -0,11, explicado por el aumento de 9,2% en inventarios.

	Unidad	Sep-26	Dic-25
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	46,8%	54,2%
Pasivos No Corrientes	%	53,2%	45,8%

- **Índices de Rentabilidad (periodo de 9M)**

	Unidad	Sep-26	Sep-25	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	2,4%	4,7%	-2,3%
Rentabilidad s/Ventas	%	3,3%	6,1%	-2,8%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	3,6%	6,8%	-3,2%
Utilidad por Acción	$	38,1	68,7	-30,6

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **$38,1 en el periodo 9M26**, lo que equivale a una disminución de $30,6 comparado con 9M25, lo que representa decrecimiento de 44,5%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Sep-26 MM$	Sep-25 MM$	Variación MM$
Flujos de Operaciones	37.520	23.721	13.799
Flujos de Inversión	(16.715)	2.588	(19.303)
Flujos de Financiamiento	(33.657)	(27.732)	(5.926)

Los **flujos de operaciones** generaron un aumento respecto al mismo periodo del año pasado por MM $13.799, debido a una disminución de pagos a proveedores y por mayores cobros por ventas.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM $19.303, principalmente, por una mayor salida de efectivo por actividades de inversión y por mayores inversiones en propiedad, planta y equipo.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM $5.926, principalmente por mayores pagos de arriendos.

VI. Indicadores

Ingresos					
3T26	**Total**	**Chile**	**Perú**	**Colombia**	**Uruguay**
Ventas (CLP MM)	**89.312**	**53.403**	**12.244**	**13.266**	**10.400**
% del Consolidado	100,0%	59,8%	13,7%	14,9%	11,6%
DTC, % Ing. Total	**80,8%**	**78,4%**	**86,4%**	**80,8%**	**86,7%**
Wholesale, % Ing. Total	19,2%	21,6%	13,6%	19,2%	13,3%
Digital, % de DTC	**24,1%**	**21,1%**	**23,5%**	**33,5%**	**27,5%**
Digital, % de Ing. Total	19,5%	16,6%	20,3%	27,0%	23,9%
9M 2026	**Total**	**Chile**	**Perú**	**Colombia**	**Uruguay**
Ventas (CLP MM)	**299.618**	**199.162**	**34.381**	**33.750**	**32.327**
% del Consolidado	100,0%	66,5%	11,5%	11,3%	10,8%
DTC, % Ing. Total	**80,6%**	**78,8%**	**83,3%**	**82,4%**	**86,6%**
Wholesale, % Ing. Total	19,4%	21,2%	16,7%	17,6%	13,4%
Digital, % de DTC	**27,6%**	**27,9%**	**18,6%**	**34,0%**	**28,8%**
Digital, % de Ing. Total	22,2%	22,0%	15,5%	28,0%	24,9%
Ecosistema Phygital	**Total**	**Chile**	**Perú**	**Colombia**	**Uruguay**
Marcas	**26**	**23**	**11**	**9**	**10**
% del total	100%	88%	42%	35%	38%
Cadenas de Tiendas	**23**	**19**	**11**	**8**	**10**
% del total	100%	83%	48%	35%	43%
Tiendas	**443**	**272**	**67**	**58**	**46**
% del total	100%	61%	15%	13%	10%
Superficie de venta (m2)	**46.961**	**31.573**	**5.624**	**4.578**	**5.187**
% del total	100%	67%	12%	10%	11%
Sitios *e-commerce**	**51**	**22**	**10**	**9**	**9**
Marketplaces (de terceros)	12	4	4	3	1

* Total incluye el sitio web de BSoul en España.

Same Store Sales (en moneda local)

	2025				2026			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
Chile	14,7%	-1,4%	7,0%	0,3%	-12,4%	-9,1%	-9,2%	
Colombia	10,8%	11,6%	8,5%	11,7%	8,7%	-1,7%	2,7%	
Perú	5,2%	0,8%	-0,2%	17,2%	24,5%	-3,2%	4,0%	
Uruguay	4,2%	2,2%	4,3%	5,0%	2,4%	2,9%	5,9%	

Variación de Número de Locales y Superficies

	Sep. 2026		Sep. 2025		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	272	31.573	264	30.438	8	3,7%
Colombia	58	4.578	50	3.807	8	20,3%
Perú	67	5.624	60	4.920	7	14,3%
Uruguay	46	5.187	46	5.205	0	-0,4%
Total	**443**	**46.961**	**420**	**44.369**	**23**	**5,8%**

Movimientos de tiendas 3T26, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Under Armour	Rancagua America	Rancagua	190
	1	CAT	Easton Quilicura	Santiago	77
	1	PARFOIS	Parque Arauco	Santiago	122
	3				**389**
Perú					
	1	Columbia	Minka	Lima	117
	1				**117**
Colombia					
	1	D House	Unicentro	Cali	49
	1	Under Armour	Factory House Américas	Bogotá	120
	1	Columbia	Viva Barranquilla	Barranquilla	119
	3				**287**
Total	**7**				**793**

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Hush Puppies Kids	Paseo Costanera	Santiago	60
	1	MERRELL	Florida Center	Santiago	90
	2				**150**
Perú					
	1	Hush Puppies	Megaplaza	Lima	99
	1				**99**
Colombia					
	1	Hush Puppies	Unicentro	Cali	49
	1				**49**
Total	**4**				**297**

Forus Aperturas/cierres netas (1-Jul-26 al 30-Sep-26)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	1	239
Perú	0	18
Uruguay	0	0
Colombia	2	239
Total	**3**	**496**

Sitios *e-commerce*, por país

Sitios e-commerce		
	Chile	**Sitio web**
1	CAT	Cat.cl
2	Columbia	Columbia.cl
3	Merrell	Merrell.cl
4	Jansport	Jansport.cl
5	7veinte	7veinte.cl
6	Norseg	Norseg.cl
7	Zapatos	Zapatos.cl
8	Hush Puppies	HushPuppies.cl
9	Hush Puppies Kids	HushPuppiesKids.cl
10	Keds	Keds.cl
11	Mountain Hardwear	MountainHardwear.cl
12	Burton	Burton.cl
13	Azaleia	Azaleia.cl
14	RKF	Rkflife.com
15	BSoul	BSoul.com
16	VANS	Vans.cl
17	Calpany	Calpany.cl
18	Under Armour	Underarmour.cl
19	Sorel	Sorel.cl
20	L'Occitane en Provence	cl.loccitane.com
21	Crocs	Crocs.cl
22	PARFOIS	Parfois.cl
	Uruguay	**Sitio web**
1	CAT	Catlifestyle.com.uy
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.uy
3	Merrell	Merrell.com.uy
4	Pasqualini	Pasqualini.com.uy
5	Columbia	Columbia.com.uy
6	RKF	Rkflife.com.uy
7	MANGO	Forusuy.com
8	Under Armour	Underarmour.uy
9	BSoul	Bsoul.uy
	Perú	**Sitio web**
1	Columbia	Columbia.pe
2	Hush Puppies	Hushpuppies.pe
3	RKF	Rkflife.pe
4	Patagonia	Patagonia.pe
5	Supermall	Supermall.pe
6	Keds	Keds.pe
7	BSoul	BSoul.pe
8	Norseg	Norseg.pe
9	PARFOIS	Parfois.pe
10	VANS	Vans.com.pe
	Colombia	**Sitio web**
1	CAT	Catlifestyle.co
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.co
3	Merrell	Merrellcolombia.com
4	Under Armour	Underarmour.com.co
5	Columbia	Columbia.com.co
6	RKF	Rkflife.com.co
7	BSoul	BSoul.com.co
8	Norseg	Norseg.com.co
9	VANS	Vans.com.co
	España	**Sitio web**
1	BSoul	BSoul.es
51	**Total FORUS S.A.**	

Marketplaces, por país

Marketplaces	
	Chile
1	Mercado Libre
2	Mercado Ripley
3	Paris Marketplace
4	Falabella Online
	Uruguay
1	Mercado Libre
	Perú
1	Mercado Libre
2	Shopstar
3	Falabella Online
4	Rappi
	Colombia
1	Dafiti
2	Mercado Libre
3	Falabella Online

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Situación Financiera Consolidados Intermedios

30 de septiembre de 2026 (no auditados) y 31 de diciembre de 2025

ACTIVOS		**2026**	**2025**
Activos Corrientes	**Nota**	**M$**	**M$**
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	17.900.073	28.090.756
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	25.158.111	25.160.160
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	8.983.170	6.305.237
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	37.823.229	39.464.299
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(14 a)	269.696	259.002
Inventarios	(15)	128.412.928	117.598.755
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	2.522.565	7.142.029
Total de activos corrientes		221.069.772	224.020.238
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	795.092	225.231
Derechos por cobrar no corrientes	(30)	585.033	528.432
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	4.194.016	3.192.520
Plusvalía	(9)	2.741.361	2.732.922
Propiedades, plantas y equipos	(10)	80.295.980	69.782.486
Derechos de Uso	(11)	99.789.865	79.978.269
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	6.149.288	6.458.306
Total de activos no corrientes		194.550.635	162.898.166
Total de Activos		415.620.407	386.918.404

Las notas adjuntas números 1 al 39 forman parte integral de estos estados financieros consolidados intermedios.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Situación Financiera Consolidados Intermedios

30 de septiembre de 2026 (no auditados) y 31 de diciembre de 2025

PASIVOS

Pasivos Corrientes	**Nota**	**2026 M$**	**2025 M$**
Otros pasivos financieros corrientes	(17 b)	2.270.627	581.930
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(17 c)	23.239.099	18.857.204
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	25.474.088	27.984.403
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	(14 b)	-	-
Otras provisiones corrientes	(20)	4.907.563	9.976.546
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	10.716.358	10.628.368
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	101.022	2.824.792
Total de pasivos corrientes		66.708.757	70.853.243
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(17 c)	75.817.548	59.917.922
Otros pasivos no financieros no corrientes	(33)	8.152	6.921
Total de pasivos no corrientes		75.825.700	59.924.843
Total Pasivos		142.534.457	130.778.086
Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		215.591.150	205.844.207
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	15.162.640	7.863.782
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		272.382.741	255.336.940
Participaciones no controladoras	(18)	703.209	803.378
Patrimonio total		273.085.950	256.140.318
Total de Patrimonio y Pasivos		415.620.407	386.918.404

Las notas adjuntas números 1 al 39 forman parte integral de estos estados financieros consolidados intermedios.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Resultados Integrales por Función Consolidados Intermedios

Por los períodos comprendidos entre:

Estados de Resultados Integrales	Nota	01.01.2026 30.09.2026 M$	01.01.2025 30.09.2025 M$	01.07.2026 30.09.2026 M$	01.07.2025 30.09.2025 M$
Ingresos de actividades ordinarias		299.618.449	292.100.539	89.312.279	85.942.649
Costo de ventas	(15)	(138.482.553)	(136.167.547)	(41.366.170)	(40.031.998)
Ganancia bruta		161.135.896	155.932.992	47.946.109	45.910.651
Otros ingresos, por función	(26 a)	1.112.443	752.523	540.250	326.505
Costos de distribución		(3.765.913)	(3.534.766)	(1.256.876)	(1.091.041)
Gasto de administración	(23)	(140.918.560)	(126.096.656)	(47.030.002)	(41.120.088)
Otros gastos, por función	(26 b)	(415.768)	(205.562)	(114.418)	(39.598)
Otras ganancias (pérdidas)	(26 c)	(275.768)	303.183	(128.653)	104.272
Ingresos (gastos) financieros	(31 a)	1.501.015	2.283.403	765.285	742.429
Costos financieros	(31 b)	(4.479.468)	(4.181.891)	(1.615.604)	(1.439.050)
Diferencias de cambio	(24)	(55.107)	(843.140)	(839.369)	455.047
Resultados por unidades de reajuste	(25)	996.636	458.437	(267.760)	31.997
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		14.835.406	24.868.523	(2.001.038)	3.881.124
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	(5.088.463)	(7.044.912)	230.670	(1.278.315)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		9.746.943	17.823.611	(1.770.368)	2.602.809
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		9.847.221	17.751.779	(1.757.945)	2.584.190
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	(100.278)	71.832	(12.423)	18.619
Ganancia		9.746.943	17.823.611	(1.770.368)	2.602.809
Ganancia por acción básica y diluida	**(16 g)**	**$ 38,0983**	**$ 68,6805**	**($ 6,8014)**	**$ 9,9981**

Las notas adjuntas números 1 al 39 forman parte integral de estos estados financieros consolidados intermedios.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo
Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2026 30.09.2026 M$	01.01.2025 30.09.2025 M$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación			
Clases de cobros por actividades de operación			
Cobro procedente de las ventas de bienes y prestación de servicios		357.211.416	344.058.178
Cobro procedente de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas		25.693	-
Otros cobros por actividades de operación		69.504	61.043
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(253.690.901)	(257.808.482)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(50.736.069)	(49.373.621)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas		(98.453)	(52.784)
Otros pagos por actividades de operación		(399.311)	(151.927)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		52.381.879	36.732.407
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		1.995.739	(2.480.835)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)		(16.857.543)	(10.530.695)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		37.520.075	23.720.877

(*) Las Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificadas como actividades de operación, corresponden a los pagos de IVA y los impuestos por retenciones de asesorías pagadas por la compañía.

Las notas adjuntas números 1 al 39 forman parte integral de estos estados financieros consolidados intermedios.

FORUS S.A. Y AFILIADAS
Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo
Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2026 30.09.2026 M$	01.01.2025 30.09.2025 M$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(16.603.368)	(10.319.670)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(1.492.766)	(1.292.883)
Importes procedentes de activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		227.750	-
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(468.200)	(349.003)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		2.076	430
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión (*)		1.619.241	14.548.968
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		(16.715.267)	2.587.842

(*) Las Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificadas como actividades de inversión, corresponden a los desembolsos o rescates por inversiones en instrumentos financieros de fácil liquidación efectuados por la compañía, cuyo efecto se muestra en “Otros activos financieros corrientes”.

Las notas adjuntas números 1 al 39 forman parte integral de estos estados financieros consolidados intermedios.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2026 30.09.2026 M$	01.01.2025 30.09.2025 M$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		16.717.224	27.489.807
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(15.541.300)	(23.759.048)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(27.643.570)	(22.910.729)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16 d)	(7.050.565)	(8.101.263)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(139.163)	(450.605)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		(33.657.374)	(27.731.838)
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(12.852.566)	(1.423.119)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo			
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		2.661.883	1.311.274
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		(10.190.683)	(111.845)
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		28.090.756	22.858.031
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	17.900.073	22.746.186

Las notas adjuntas números 1 al 39 forman parte integral de estos estados financieros consolidados intermedios.

FORUS es una empresa chilena, líder en *retail phygital*, enfocada en la experiencia del consumidor, conectando a las personas con las marcas que nos mueven. La empresa, que diseña, comercializa y/o distribuye calzado, vestuario, accesorios y productos de belleza de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y cuenta con 443 tiendas y 50 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia y Uruguay (más un sitio de *e-commerce* en España). FORUS opera un portafolio de 26 marcas incluyendo CAT, RKF, Columbia, Under Armour, Parfois, Merrell, BSoul, VANS, Hush Puppies, Crocs, L'OCCITANE en Provence, Azaleia y Norseg, entre otras.

Dirección:
Av. Las Condes N° 11.281, Torre C.
Las Condes
Santiago, Chile

Contacto:
Isabel Darrigrandi
Gerente de Relación con Inversionistas
Email: ir@forus.cl

Website:
www.forus.cl