



crocstm

L'OFFICIEL
ANTIDRESS

Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	3
II. Resumen de Resultados Consolidados.....	4
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	5
IV. Resultados Integrales.....	7
V. Análisis de Resultados Consolidados.....	9
VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....	14
VII. Resumen Países.....	18
VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados	29
- Estado Integral de Resultados Consolidados	31
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados	33
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados	34

Notas:

- Las cifras en dólares (fin del periodo) están calculadas en base al tipo de cambio observado el 2 de enero del 2026: \$907,13/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: nuevos soles peruanos.
- Simbología unidades: M: miles. MM: millones.
- DTC (*Direct-to-Consumer* o *Directo-al-Consumidor*): los canales de venta que incluyen tiendas físicas + *e-commerce* propio + marketplace.
- Venta digital: ventas de *e-commerce* propios + marketplace.
- *Wholesale*: canal mayorista tradicional.
- Otras simbologías: SSS: *Same store sales*. GAV: Gastos de administración y ventas. AA: Año anterior. m2: metros cuadrados.

I. Resumen Ejecutivo

En FORUS, ser *Consumer Fanatic* significa que estamos constantemente buscando cómo seguir acercándonos a nuestros consumidores, ofreciéndoles nuevas experiencias y productos, con un portafolio de marcas cada vez más amplia y diversificada. Por eso, en 2025, en Chile y Perú entramos con fuerza a la categoría de moda de la mano de PARFOIS, una de las marcas *fashion* de mayor crecimiento del mundo. En Perú y Colombia, a su vez, salimos a renovar y fortalecer nuestra conexión con el mundo juvenil, con la incorporación de la icónica marca VANS. Y en Chile, trajimos Blue Banana, la marca española para jóvenes aventureros comprometidos con el planeta. De 2019 a la fecha, hemos expandido y renovado nuestro portafolio de marcas en todos nuestros países, agregando ocho marcas líderes e innovadoras en los distintos territorios.

En 2025, también continuamos invirtiendo en nuestras personas, infraestructura y tecnología para poder seguir creciendo y elevando la experiencia *phygital*. Un gran hito este año fue la construcción de nuestro segundo centro de distribución (CD) propio en Chile. Inaugurado en enero, el nuevo CD ENEA tiene un tamaño operativo de 16.275 m², ampliable a 24.000 m², con una capacidad de almacenamiento en altura de 30.000 m³. Con el nuevo CD ENEA, que reemplaza espacio a piso arrendado en bodega, ganamos una mayor eficiencia y productividad para la operación actual y, además, agregamos capacidad logística para seguir creciendo, de forma rentable y sostenible, con futuras nuevas marcas y líneas de negocio.

En 4T25 los ingresos de FORUS alcanzaron MM \$111.658, un alza de 9,4%, impulsado mayormente por el robusto crecimiento de 36,7% y 31,0% que registramos en Colombia y Perú, respectivamente. En 2025, nuestros ingresos se elevaron a MM \$403.758, un alza de 7,4%, también explicado por la exitosa ejecución de *One Forus*, nuestra estrategia de inversión y crecimiento en filiales. En 4T25 nuestro EBITDA consolidado alcanzó MM \$19.059, una variación de -4,3%, y en 2025 registramos un EBITDA de MM \$67.211, un alza de 2,8%. El GAV creció 10,7% en 4T25 y 9,0% en 2025, explicado principalmente por mayores gastos asociados a la incorporación, y proceso de maduración, de nuevas marcas, tiendas y negocios.

En 4T25 nuestras filiales internacionales, en su conjunto, registraron un récord en ventas y rentabilidad, con ingresos por MM \$39.494, un alza de 24,7%, y un EBITDA de MM \$9.001, un aumento de 31,8%. El margen EBITDA de las filiales fue de 22,8%, una expansión de 123 puntos base. Los ingresos de los segmentos DTC y *wholesale* de las filiales anotaron alzas de 27,3% y 11,9%, respectivamente. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas creció 26,0%, mientras que el canal digital (25% del DTC) registró un aumento de 31,2%.

Chile, a su vez, registró ventas por MM \$72.164 en 4T25, un alza de 2,5%, presionado por la caída de 61% en la venta a turistas Argentinos y por el desafiante entorno macroeconómico (aunque destacamos que, en diciembre, la confianza del consumidor anotó su mayor alza en seis años, una positiva señal para el futuro). Nuestro EBITDA en Chile registró MM \$10.058, una caída de 23,1%, explicado por i) un deterioro de 166 puntos base en el margen bruto, debido a mayores descuentos en el sector vestuario/calzado en el país y ii) un alza de 6,8% en el GAV, principalmente por la incorporación de nuevas marcas y negocios (Crocs, L'Occitane, Parfois, Blue Banana y BSoul España). Excluyendo las nuevas marcas y negocios, el GAV creció un moderado 1,5% en 4T25. Los segmentos DTC y *wholesale* tuvieron variaciones de 3,9% y -5,3% en sus ingresos, respectivamente. Nuestras tiendas anotaron un SSS de 0,3% y el canal digital creció 7,0%.

II. Resumen de Resultados Consolidados

Cuarto trimestre 2025

- Los ingresos consolidados del 4T25 alcanzaron MM \$111.658, un crecimiento de 9,4% con respecto al mismo periodo del año pasado.
- La ganancia bruta de MM \$60.447 en 4T25 creció 7,4%, con un margen bruto de 54,1%, una contracción de 102 puntos base.
- El resultado operacional de MM \$11.712 en 4T25 decreció 4,5%, con un margen operacional de 10,5%, un deterioro de 152 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$19.059 en 4T25 decreció 4,3%, con un margen de 17,1%, una contracción de 244 puntos base con respecto al 4T24.
- La ganancia de MM \$9.818 en 4T25 decreció 12,0%, con un margen neto de 8,8%, un deterioro de 214 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales crecieron 14,3% en 4T25 y representaron 26% de la venta DTC (22% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales internacionales crecieron 24,7% y representaron 35,4% del Ingreso Consolidado en 4T25. El EBITDA de las filiales internacionales aumentó 31,8% y representó 47,2% del EBITDA consolidado de FORUS. El margen EBITDA de las filiales fue 22,8%, una expansión de 123 puntos base.

Año 2025

- Los ingresos consolidados en 2025 alcanzaron MM \$403.758, un crecimiento de 7,4% con respecto al mismo periodo del año pasado.
- La ganancia bruta de MM \$216.380 en 2025 creció 6,7%, con un margen bruto de 53,6%, una leve variación de -32 puntos base con respecto al 2024.
- El resultado operacional de MM \$38.013 en 2025 decreció 2,7%, con un margen operacional de 9,4%, una contracción de 97 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$67.211 en 2025 creció 2,8%, con un margen de 16,6%, una contracción de 74 puntos base con respecto al 2024.
- La ganancia de MM \$27.642 en 2025 decreció 8,7%, con un margen neto de 6,8%, un deterioro de 120 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales crecieron 1,7% en 2025 y representaron 24% de la venta DTC (20% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales internacionales crecieron 13,7% y representaron 30,6% del Ingreso Consolidado en 2025. El EBITDA de las filiales internacionales aumentó 19,1% y representó 36,5% del EBITDA consolidado de FORUS. El margen EBITDA de las filiales fue 19,8%, una expansión de 91 puntos base.

III. Hechos Relevantes del Periodo

Estrenamos nuestro segundo centro de distribución propio en Chile

Con una ejecución que estuvo dentro del plazo y por debajo del presupuesto inicial, en diciembre, terminamos de construir nuestro segundo centro de distribución (CD) propio en Chile. El nuevo CD ENEA, que inició sus operaciones en enero 2026, se encuentra en el terreno de 45.000 m2 que adquirimos en 2019. Ubicado en el parque empresarial ENEA, el nuevo CD cuenta con una excelente conectividad, al estar próximo a la intersección de la Ruta 68 y la Avenida Américo Vespucio Poniente. El CD ENEA, en esta primera etapa, tiene un tamaño operativo de 16.275 m2, ampliable a 24.000 m2, y cuenta con 25 andenes de carga/descarga, pisos de última tecnología y un sistema de almacenamiento en altura con una capacidad inicial de 30.000 metros cúbicos en cuatro niveles. La construcción y equipamiento de esta primera etapa del nuevo CD ENEA representó una inversión de aproximadamente US\$ 15 millones, menos de lo originalmente presupuestado. El nuevo CD ENEA reemplaza el CD Lo Espejo, que arrendamos hasta mediados de enero de 2026. Con el nuevo CD ENEA, FORUS podrá seguir creciendo e incorporando nuevas marcas, productos y líneas de negocio, con mayor eficiencia y productividad, y con mejoras en el nivel del servicio para nuestros consumidores y clientes.

FORUS inaugura tienda franquiciada de BSoul en Madrid

En un concurrido evento donde participaron *influencers* y *fans* de la marca, BSoul, nuestra marca de *athleisure wear* femenina que incentiva el deporte y el *wellness*, inauguró su primera tienda “pop up” formato franquicia en España, en el centro comercial Plaza Norte 2 (llamada “La Cúpula de Madrid”). Ubicada en la zona norte de Madrid, en San Sebastián de los Reyes, la nueva tienda BSoul se encuentra en un vibrante sector residencial y comercial de la capital. BSoul está disponible en todo España a través de nuestra tienda online, BSoul.es. Para formar parte de la comunidad BSoul en España y recibir más información sobre nuevas colecciones y futuros eventos, síganos en Instagram en BSoul.es.

7ª Caminata Hush Puppies en Perú

En un evento familiar, lleno de alegría y solidaridad, se realizó la 7ª Caminata Hush Puppies en Lima, Perú. Más de 1.500 personas participaron, junto a sus mascotas, en esta caminata de 5k. La recaudación de entradas se destinó a la compra de alimentos para los perros del albergue Voz Animal Perú, que rescata perros en condición de abandono y promueve la adopción responsable.

4ª Columbia Outdoor Fest en Perú

Celebrando el deporte en familia y al aire libre, el 22 de noviembre se realizó la 4ª edición del *Columbia Outdoor Fest* en Perú. Más de 1.000 personas participaron en las diversas actividades, que incluyeron

música en vivo, cine, juegos, *foodtrucks* y carreras deportivas de *Hiking* (5k), *Trail Running* (6k) y *Mountain Bike* (20k).

1^{er} Columbia Trail Challenge en Colombia

El 9 de noviembre, más de 800 corredores participaron en el primer *Columbia Trail Challenge* en Colombia. A 50 kilómetros de Bogotá, en el hermoso municipio Choachí del departamento Cundinamarca, se realizaron las desafiantes carreras de montaña de 21k y 10k, con premiaciones para mujeres y hombres, en un escenario único.

Celebración del verano con Crocs

En Santiago, Crocs dio inicio a la temporada de verano con un evento que reunió a más de 150 fanáticos de la marca, influencers y celebridades en una actividad que incluyó *lifestyle*, deporte y música. El evento incluyó clases de capoeira, tatuajes temporales, personalización de Crocs con Jibbitz Charms y la presentación musical de varios artistas.

Voluntariado con la fundación Protectora de la Infancia

Por segunda vez en el año, FORUS realizó una jornada de voluntariado en Chile con la fundación Protectora de la Infancia. En esta ocasión Under Armour y L'OCCITANE en Provence lideraron las actividades, enfocadas en el deporte y el bienestar.

Ajuste a nuestro portafolio de marcas

Al cierre de 2025, FORUS concluyó, de manera voluntaria, la representación exclusiva de las marcas Billabong, Element y RVCA en Chile y Perú, tras alcanzar un acuerdo mutuo con AB Group. Esta transición fue planificada con antelación para asegurar un proceso ordenado y para no generar perjuicios a las partes involucradas. FORUS tomó esta medida como parte de nuestro plan estratégico de enfocar recursos y optimizar nuestro portafolio de marcas.

Hechos Posteriores al Periodo

FORUS y VANS: ahora juntos en tres países

En enero celebramos la incorporación de la icónica marca VANS a nuestra operación en Perú, con lo cual FORUS y VANS ahora están juntos en tres países: Chile, Colombia y Perú. En Perú, al igual que en los otros países, comercializaremos la marca a través de nuestros canales de venta presenciales y digitales directo-al-consumidor (DTC) y a través del canal *wholesale* a nuestros clientes mayoristas. En enero lanzamos nuestro sitio de comercio electrónico VANS.com.pe y, a la fecha de este reporte hemos inaugurado dos tiendas VANS en el país, con planes de abrir tiendas adicionales, próximamente, en 2026.

IV. Resultados Integrales

Cuarto trimestre:

FORUS S.A. Y FILIALES RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS

	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var %
	M\$		M\$		
Ingresos	111.657.930		102.077.668		9,4%
Costos de ventas	(51.211.144)	-45,9%	(45.776.117)	-44,8%	11,9%
Ganancia Bruta	60.446.786	54,1%	56.301.551	55,2%	7,4%
Gastos de distribución	(1.471.294)	-1,3%	(1.266.742)	-1,2%	16,1%
Gastos de administración	(47.263.841)	-42,3%	(42.771.743)	-41,9%	10,5%
Gastos de administración y ventas	(48.735.135)	-43,6%	(44.038.485)	-43,1%	10,7%
Resultado Operacional	11.711.651	10,5%	12.263.066	12,0%	-4,5%
Otros Ingresos, por función	406.837		199.520		103,9%
Otros Gastos, por función	(55.239)		115.588		-147,8%
Ingresos financieros	686.291		599.082		14,6%
Gastos financieros	(1.395.407)		(1.834.695)		-23,9%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	(1.256.908)		1.751.410		-171,8%
Resultados por unidades de reajuste	(316.712)		965.061		-132,8%
Otras ganancias y pérdidas	(508.837)		38.666		-1416,0%
Resultado No Operacional	(2.439.975)	-2,2%	1.834.632	1,8%	-233,0%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	9.271.676	8,3%	14.097.698	13,8%	-34,2%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	546.799		(2.938.837)		118,6%
Ganancia (pérdida)	9.818.475	8,8%	11.158.861	10,9%	-12,0%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	9.700.686		10.999.296		-11,8%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	117.789		159.565		-26,2%
Ganancia (pérdida)	9.818.475	8,8%	11.158.861	10,9%	-12,0%
EBITDA	19.059.156	17,1%	19.913.140	19,5%	-4,3%

Año:

FORUS S.A. Y FILIALES
RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS

	2025 M\$	% Ing.	2024 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	403.758.469		375.982.660		7,4%
Costos de ventas	(187.378.691)	-46,4%	(173.270.690)	-46,1%	8,1%
Ganancia Bruta	216.379.778	53,6%	202.711.970	53,9%	6,7%
Gastos de distribución	(5.006.060)	-1,2%	(4.428.930)	-1,2%	13,0%
Gastos de administración	(173.360.497)	-42,9%	(159.225.113)	-42,3%	8,9%
Gastos de administración y ventas	(178.366.557)	-44,2%	(163.654.043)	-43,5%	9,0%
Resultado Operacional	38.013.221	9,4%	39.057.927	10,4%	-2,7%
Otros Ingresos, por función	1.159.360		1.053.019		10,1%
Otros Gastos, por función	(260.801)		(367.632)		-29,1%
Ingresos financieros	2.969.694		3.237.100		-8,3%
Gastos financieros	(5.577.298)		(4.924.767)		13,2%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	(2.100.048)		755.476		-378,0%
Resultados por unidades de reajuste	141.725		1.652.098		-91,4%
Otras ganancias y pérdidas	(205.654)		164.929		-224,7%
Resultado No Operacional	(3.873.022)	-1,0%	1.570.223	0,4%	-346,7%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	34.140.199	8,5%	40.628.150	10,8%	-16,0%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(6.498.113)		(10.359.318)		-37,3%
Ganancia (pérdida)	27.642.086	6,8%	30.268.832	8,1%	-8,7%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	27.452.465		30.093.199		-8,8%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	189.621		175.633		8,0%
Ganancia (pérdida)	27.642.086	6,8%	30.268.832	8,1%	-8,7%
EBITDA	67.211.198	16,6%	65.366.853	17,4%	2,8%

V. Análisis de Resultados Consolidados

Ingreso y Resultado Operacional

- **FORUS registró ingresos consolidados por MM \$111.658 en 4T25 y MM \$403.758 en 2025, que representaron alzas de 9,4% y 7,4%, respectivamente.**

En Chile, registramos ingresos por MM \$72.164 en 4T25 y MM \$280.039 en 2025, un crecimiento de 2,5% y 4,8%, respectivamente, con respecto al mismo periodo del año pasado. Este trimestre, en Chile, seguimos enfrentando un contexto desafiante. El aporte de los turistas argentinos a nuestra venta en tiendas decreció en un 61% con respecto al mismo periodo del año pasado, volviendo a tasas históricas. Además, en Chile, el consumidor siguió afectado por la debilidad del mercado laboral, marcado por las elevadas tasas de desocupación (tasa ajustada estacionalmente fue 8,5% en 4T25) y de ocupación informal (26,8%). Aunque en menor grado que el año anterior, el poder adquisitivo de los chilenos siguió presionado por la inflación (3,5% en 2025) y las altas tasas de interés. Dicho todo esto, la confianza del consumidor pareció marcar un punto de inflexión en diciembre, dado que tuvo un alza muy significativa de 5,5 puntos para alcanzar 49,2 puntos, el registro más alto del país en más de seis años (el umbral de optimismo es 50 puntos).

El sector de *retail* de calzado en la zona central de Chile estuvo presionado en 2025. Según la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), las ventas presenciales de calzado en la Región Metropolitana marcaron una variación real anual de -3,6%; la categoría de vestuario, en cambio, fue más resiliente, y anotó un crecimiento real anual de 8,5% este año. En FORUS la categoría de calzado representa aproximadamente el doble que la categoría de vestuario en nuestras ventas en Chile.

Los ingresos de nuestro segmento Directo al Consumidor (DTC) en Chile aumentaron 3,9%, mientras que el *wholesale* decreció un 5,3% en 4T25. Dentro del segmento DTC (86% del ingreso de Chile), nuestras tiendas (63% de la venta DTC) anotaron un SSS de 0,3% en 4T25 y una venta por metro cuadrado que aumentó 2,0% este trimestre. A fines de 2025, la superficie de venta presentó una leve variación de 0,7% (con un local menos, neto, en 12 meses). Durante 4T25, abrimos siete tiendas: tres CROCS, una tienda PARFOIS, una Under Armour (reubicación), una RKF (reubicación) y reabrimos nuestra tienda Burton en Puerto Varas (cerrada en febrero 2024 por siniestro en el centro comercial). En este mismo periodo, cerramos cuatro tiendas: una Billabong, una Hush Puppies, una Under Armour (por reubicación) y una RKF (por reubicación). El canal digital (26% de la venta DTC) registró un aumento de 7,0% este trimestre, explicado, en parte, por el favorable impacto de los eventos Cyberday (1 día adicional este trimestre) y *Blackweek*.

Nuestras filiales internacionales, en su conjunto, rompieron su récord en ventas para el trimestre y el año, gracias a la efectiva implementación en los últimos años de nuestra estrategia *One Forus*, de invertir y crecer rentablemente en todos nuestros territorios. Los ingresos de las filiales alcanzaron MM \$39.494 en 4T25 y MM \$123.719 en 2025, un crecimiento de 24,7% y 13,7%, respectivamente. La participación de nuestras filiales internacionales en los ingresos consolidados de FORUS fue 35,4% en 4T25 y 30,6% en 2025 (comparado con 31,0% y 28,9% en 4T24 y 2024, respectivamente). En 4T25 la venta digital de las filiales internacionales creció 31,2% y representó un 25% de la venta DTC (22% del ingreso total de las filiales internacionales). En 2025 la venta digital de las filiales internacionales creció 17,9% y representó un 25% de la venta DTC (21% del ingreso total de las filiales internacionales).

La explicación de la variación de los ingresos para las filiales es el siguiente:

- En **Perú** la venta aumentó 31,0% en 4T25 (22,3% en moneda local), con un sólido crecimiento en todos los canales de venta, impulsado por el favorable entorno macroeconómico, una efectiva gestión de nuestras marcas y canales de venta, y por el viento de cola del nuevo retiro de los fondos de pensiones que comenzó en octubre. La apreciación del PEN contra el CLP, además, aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. En 4T25, el segmento DTC (82% de los ingresos) registró un alza de 30,1% (21,6% en moneda local) y el segmento *wholesale* (18% de los ingresos), un alza de 35,1% (25,3% en moneda local). Dentro del segmento DTC, los ingresos del canal digital (17% de la venta DTC) nuevamente registraron un robusto crecimiento de 46,4% (35,8% en moneda local), impulsado por un mayor foco estratégico en el canal (equipo y recursos) y un buen desempeño en los eventos *cyber* del periodo. Nuestras tiendas (83% del DTC) registraron un alza de 27,2% (19,0% en moneda local), con un SSS de 17,2%. Durante el 4T25, abrimos dos tiendas RKF, una en Ica y la otra en Arequipa. Además, cerramos cinco tiendas Billabong, dado que devolvimos la marca al licenciatario; esos cinco locales serán remodelados y relanzados como tiendas VANS durante el primer semestre de 2026. En el periodo de los últimos doce meses, cerramos 1 tienda, neta (5 aperturas + 6 cierres); esto último equivale a una disminución de 1,3% en la superficie de venta, que recuperaremos en 2026 con la apertura de las nuevas tiendas VANS.
- En **Uruguay** los ingresos aumentaron 4,9% en 4T25 (0,4% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (93% de los ingresos), y también por la apreciación del UYU contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. El segmento DTC creció 7,6% (3,1% en moneda local) este trimestre. El segmento *wholesale* (7% de los ingresos) decreció 21,8% (-25,9% en moneda local), explicado por ventas mayoristas que se adelantaron en 3T25 (el segmento *wholesale* en 2025 creció 9,1%). Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas (78% del DTC) creció 7,5% (2,9% en moneda local), impulsado por un SSS de 5,0%. En el periodo de los últimos doce meses, no abrimos ni cerramos tiendas. La venta por m2 tuvo una

variación de 3,6% (-0,9% en moneda local) este trimestre. El canal digital registró un crecimiento de 7,9% (3,7% en moneda local), y representó un 22% de la venta DTC (21% del total).

- En **Colombia**, la venta registró un crecimiento de 36,7% en 4T25 (23,6% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (82% de los ingresos) que aumentó 45,8% (32,1% en moneda local) y por la apreciación del COP contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados; el segmento *wholesale* (18% de los ingresos), a su vez, registró un alza de 6,7% (-4,1% en moneda local). Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas (64% del DTC) aumentó 49,5% (35,7% en moneda local), impulsado por un SSS de 11,7% y por la apertura de 10 tiendas en los últimos doce meses, lo que aumentó la superficie de ventas en 30,9% en ese periodo. Durante el 4T25, abrimos tres tiendas (dos tiendas VANS y una tienda Under Armour). La venta por m2 aumentó 16,2% (5,4% en moneda local) este trimestre. El canal digital registró una variación de 39,6% (26,1% en moneda local), y representó un 36% de la venta DTC (30% del total). Desde agosto, cuando comenzamos a operar la marca VANS en Colombia, hemos abierto 8 tiendas VANS, más el canal digital vans.com.co.
- **La ganancia bruta consolidada alcanzó MM \$60.447 en 4T25 y MM \$216.380 en 2025, un aumento de 7,4% y 6,7%, respectivamente. En 4T25 el margen bruto registró 54,1%, una contracción de 102 puntos base. En 2025 el margen bruto fue 53,6%, un leve deterioro de 32 puntos base.**

En Chile, la ganancia bruta registró una variación de -0,6% en 4T25, con un margen bruto de 53,7%, una contracción de 166 puntos base, explicado principalmente por mayores descuentos en nuestros canales de venta DTC, lo que fue contrarrestado, parcialmente, por una expansión de margen bruto en el canal *wholesale*. En 4T25, la ganancia bruta del segmento DTC (87% de la ganancia bruta total de Chile) registró una variación de -0,5%, con un margen bruto de 54,5%, equivalente a un deterioro de 245 puntos base, explicado por la mayor presión promocional este trimestre en el sector vestuario/calzado del país. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (13% del total de Chile) decreció 0,7% con un margen bruto de 49,0%, una expansión de 226 puntos base, explicado principalmente por un *mix* de inventario que entró a un dólar promedio más favorable que en el mismo periodo del año pasado.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, aumentó 25,2% en 4T25, con un margen bruto de 54,9%, una expansión de 25 puntos base. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** Este trimestre la ganancia bruta aumentó 28,0% y el margen bruto de 56,2%, registró una contracción de 131 puntos base. La ganancia bruta del segmento DTC (85% de la ganancia bruta total de Perú) creció 27,0%, con un margen bruto de 58,1%, un deterioro de 144 puntos base, explicado principalmente por la liquidación de productos Billabong, debido a la devolución de la marca. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (15% del total), a su vez, registró un alza de 34,0% con un margen bruto de 47,5%, un leve deterioro de 39 puntos base.

- **Uruguay:** En 4T25, la ganancia bruta creció 3,1% y el margen bruto de 56,9% se deterioró en 104 puntos base, explicado por la presión del tipo de cambio en los costos de nuestros productos y por mayores descuentos en los canales DTC. La ganancia bruta del segmento DTC (95% de la ganancia bruta total de Uruguay) registró un crecimiento de 4,0%, con un margen bruto de 57,9%, un deterioro de 199 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (5% de la ganancia bruta total de Uruguay) decreció 12,2% con un margen bruto de 43,4%, una expansión de 477 puntos base.
- **Colombia:** Este trimestre la ganancia bruta creció 46,5% y el margen bruto de 52,2% registró una expansión de 349 puntos base, explicado por una recuperación en el margen bruto de todos nuestros canales de venta y por el *mix* de ventas (por el mayor crecimiento del DTC con respecto al canal *wholesale*). La ganancia bruta del segmento DTC (87% de la ganancia bruta total de Colombia) aumentó 49,7%, con un margen bruto de 55,3%, una expansión de 144 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (13% del total) aumentó 28,5%, con un margen bruto de 37,9%, una expansión de 642 puntos base. En ambos segmentos, la expansión del margen bruto se debe, principalmente, a una reducción en los días de inventario y, consecuentemente, un *mix* de inventario más saludable.
- **El resultado operacional consolidado de MM \$11.712 en 4T25 y MM \$38.013 en 2025 decrecieron un 4,5% y un 2,7%, respectivamente. En 4T25, el margen operacional de 10,5%, un deterioro de 152; en 2025, el margen operacional de 9,4%, una contracción de 97 puntos base.**

En Chile este trimestre registramos un Resultado Operacional de MM \$5.243, un decrecimiento de 30,9% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 7,3%, un deterioro de 352 puntos base. La variación del Resultado Operacional este trimestre se explica por la presión del margen bruto (166 puntos base) y por el crecimiento del GAV en un 6,8%. El alza del GAV, y el deterioro del GAV/ingresos en 186 puntos base, se explican principalmente por la incorporación y proceso de maduración de nuevas marcas y negocios (Crocs, L'Occitane, Parfois, Blue Banana y BSoul España). Excluyendo estas nuevas marcas y negocios, el GAV de Chile creció un moderado 1,5% en 4T25, lo que refleja la efectividad de las iniciativas que hemos tomado para mitigar las mayores presiones de gastos que hemos enfrentado por cambios normativos e inflación.

En 4T25 las filiales internacionales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$6.469, un crecimiento de 38,4%, con un margen operacional de 16,4%, una expansión de 163 puntos base, impulsado principalmente por Colombia y Perú y, en menor grado, Uruguay:

- **Perú:** En 4T25 el resultado operacional de MM \$2.499 aumentó 44,6%, con un margen operacional de 17,7%, una expansión de 167 puntos base, explicado principalmente por el alza de 31,0% del ingreso y una mejora de 298 puntos en el GAV/ingresos, explicado por la mayor

dilución de gastos fijos. Este trimestre el GAV creció 21,6%, explicado por gastos asociados con la incorporación de nuevas marcas y gastos variables del canal digital.

- **Uruguay:** Este trimestre Uruguay registró un resultado operacional de MM \$1.395, un alza de 8,0%, con un margen operacional de 13,2%, lo que representa una leve expansión de 38 puntos base, explicado principalmente por mayores eficiencias, con una mejora de 142 puntos base en el GAV/ingresos. El GAV aumentó 1,6% este trimestre.
- **Colombia:** En 4T25 el resultado operacional de MM \$2.575 aumentó 55,8%, con un margen operacional de 17,4%, una expansión de 213 puntos base, explicado principalmente por el crecimiento del ingreso y la expansión del margen bruto. El GAV aumentó 42,3%, explicado, principalmente, por gastos asociados a la incorporación de la marca VANS (arriendos y remuneraciones), arriendos de tiendas en construcción, mayores gastos en TI y nuevas contrataciones para robustecer la gestión del creciente portafolio de marcas en Colombia.

Resultado No Operacional Consolidado

- **Registramos una pérdida no operacional de MM \$2.440 en 4T25 y de MM \$3.873 en 2025, comparado con una ganancia no operacional de MM \$1.835 en 4T24 y MM \$1.570 en 2024.**

La pérdida no operacional este trimestre se explica, en gran parte, por la cuenta *Diferencias de Cambio*, que registró una pérdida de MM \$1.257, comparado con una ganancia de MM \$1.751 en 4T24, explicado por el impacto de la variación del tipo de cambio en nuestros activos en dólares. Además, registramos una pérdida de MM \$509 en la cuenta “otras ganancias y pérdidas”, explicado principalmente por un castigo de activo fijo en Perú, relacionado con el cierre anticipado de locales de la marca Billabong.

Utilidad y EBITDA consolidada

- **FORUS reportó una ganancia de MM \$9.818 en 4T25 y MM \$27.642 en 2025, un decrecimiento de 12,0% y 8,7%, respectivamente. El margen neto fue 8,8% en 4T25 y 6,8% en 2025, una contracción de 214 y 120 puntos base, respectivamente.**

En 4T25, la ganancia del ejercicio es atribuible al Resultado Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$6.058 (74,2% de la ganancia consolidada), un decrecimiento de 26,8%. Las filiales, en su conjunto, contribuyeron una Utilidad Neta de MM \$3.760 en 4T25 (25,8% de la Ganancia consolidada), lo que representó un alza de 30,7%.

- **El EBITDA consolidado de FORUS registró MM \$19.059 en 4T25, con un decrecimiento de 4,3%, y de MM \$67.211 en 2025, un aumento de 2,8%. El margen EBITDA de 17,1% en 4T25 y de 16,6% en 2025, una contracción de 244 y 74 puntos base, respectivamente.**

En 4T25 Chile aportó el 52,8% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 47,2%, donde Colombia contribuyó 19,2%; Perú, 18,5%; y Uruguay, 9,5%. El EBITDA de Chile decreció 23,1%, mientras que el EBITDA de las filiales aumentó 31,8%, este trimestre.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Dic-25 MM\$	Dic-24 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	224.020	212.843	11.178	5,3%
Activo No Corriente	162.898	146.443	16.455	11,2%
Total Activos	386.918	359.285	27.633	7,7%

El **Activo Corriente** aumentó 5,3% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: La cuenta *Inventarios* registró un alza de MM \$25.816, explicado por la incorporación de nuevas marcas y por el adelanto programado de la llegada de mercadería; y *Otros Activos Financieros Corrientes* disminuyó MM \$13.253, principalmente por el pago de la compra de inventarios y por la inversión en nuestro segundo centro de distribución en Chile.

El **Activo No Corriente** aumentó 11,2% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Planta y Equipos*, que aumentó MM \$8.580, y *Derechos de Uso*, que aumentó MM \$7.273, explicado principalmente por la construcción del nuevo centro de distribución en Chile, nuevos contratos de arrendamiento y el incremento en derechos de uso por las renovaciones de contratos.

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

	Dic-25 MM\$	Dic-24 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	70.853	67.310	3.543	5,3%
Pasivo No Corriente	59.925	54.837	5.088	9,3%
Patrimonio	256.140	237.138	19.002	8,0%
Total Patrimonio y Pasivos	386.918	359.285	27.633	7,7%

El **Pasivo Corriente** presentó un alza de 5,3%, con variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que aumentó MM \$3.616, principalmente por la compra de inventarios; *Otros Pasivos por Arrendamientos Corrientes*, que aumentó MM \$2.851, explicado por nuevos contratos y renovaciones de contrato;

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 9,3%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM \$5.524, asociado a aperturas de tiendas y renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones de largo plazo.

• **Patrimonio**

El saldo del Patrimonio al 31 de diciembre de 2025 y 2024 se compone de la siguiente manera:

	Dic-25	Dic-24	Variación	
	MM\$	MM\$	MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	25.250	23.023	2.227	9,7%
Utilidades Acumuladas	205.844	189.259	16.585	8,8%
Participaciones no Controladas	803	614	190	30,9%
Total Patrimonio	256.140	237.138	19.002	8,0%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$19.002 debido, principalmente, por el crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. Las utilidades de la compañía alcanzaron MM \$27.642 al 31 de diciembre de 2025.

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

	MM\$
Perú Forus S.A.	371
Uruforus S.A.	10
Forus Colombia S.A.S.	718
Eurus SL	1.128
Total diferencias de conversión	2.227

Razones Financieras

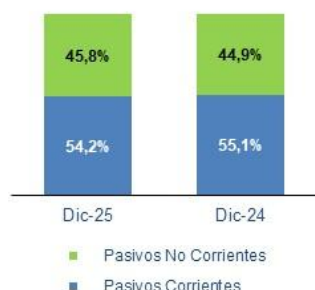
• **Índices de Endeudamiento y Liquidez**

	Unidad	Dic-25	Dic-24	Variación
Coeficiente endeudamiento	veces	0,51	0,52	0,00
Cobertura de Intereses	veces	12,05	13,27	-1,22

	Unidad	Dic-25	Dic-24	Variación
Liquidez corriente	veces	3,16	3,16	0,00
Razón Ácida	veces	1,50	1,80	-0,30

La liquidez corriente se mantuvo estable con respecto a diciembre 2024. La razón ácida registró una variación de -0,30, debido al incremento de 28,1% en inventarios.

	Unidad	Dic-25	Dic-24
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	54,2%	55,1%
Pasivos No Corrientes	%	45,8%	44,9%



• Índices de Rentabilidad (periodo de 12M)

	Unidad	Dic-25	Dic-24	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	7,1%	8,4%	-1,3%
Rentabilidad s/Ventas	%	6,8%	8,1%	-1,2%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	10,8%	12,8%	-2,0%
Utilidad por Acción	\$	106,2	116,4	-10,2

La compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$106,2 en 2025**, lo que equivale a una disminución de \$10,2 comparado con 2024, lo que representa decrecimiento de 8,8%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Dic-25 MM\$	Dic-24 MM\$	Variación MM\$
Flujos de Operaciones	38.793	68.317	(29.525)
Flujos de Inversión	3.306	(25.965)	29.270
Flujos de Financiamiento	(38.129)	(47.185)	9.055

Las **actividades de operaciones** generaron una variación negativa respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$29.525, debido principalmente a mayores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$29.270, principalmente, por el recupero (neto) de recursos asociados a fondos en inversiones de fácil liquidación que mantiene la compañía.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación de MM \$9.055, principalmente por el pago de préstamos asociados a la compra de inventario.

Análisis de Riesgo de Mercado

Riesgo regional: En América Latina el crecimiento económico fue moderado en 4T25 y 2025. En **Chile** se estima que el producto interno bruto (PIB) creció 1,8% en 4T25 y 2,4% en 2025. La tasa de inflación acumulada a 12 meses anotó 3,5% en diciembre 2025, una desaceleración con respecto al 4,5% registrado en diciembre 2024. La tasa de desocupación nacional en 4T25 fue 8,0% (ajustada estacionalmente fue 8,5%), registrando un descenso de 0,1 puntos porcentuales en doce meses. La tasa de ocupación informal se ubicó en 26,8%, con un incremento de 0,4 puntos porcentuales en un año. La confianza del consumidor tuvo un alza muy significativa de 5,5 puntos y alcanzó 49,2 puntos, el registro más alto del país en más de seis años (el umbral de optimismo es 50 puntos). En **Uruguay** se estima un crecimiento del PIB de 1,7% en 4T25 y de 2,3% en 2025. La tasa de inflación a doce meses fue de 3,6% en diciembre 2025, una desaceleración con respecto al 5,5% registrado en diciembre 2024. El desempleo, a su vez, fue de 7,0% a diciembre, un descenso de 0,4 puntos porcentuales en doce meses. En **Perú** se estima que el crecimiento del PIB fue de 3,2% en 4T25 y 3,4% en 2025. La tasa de inflación acumulada a doce meses a diciembre 2025 se mantuvo moderada, en 1,5%, marcando la tasa más baja en ocho años. En **Colombia** el crecimiento del PIB fue 2,3% en 4T25 y 2,6% en 2025. La tasa de inflación a doce meses acumulada alcanzó 5,1% en diciembre 2025, comparado con 5,2% en diciembre 2024. La tasa de desocupación en diciembre 2025 fue 8,0%, comparado con 9,1% en el mismo periodo del año pasado.

Riesgo cambiario: Las fluctuaciones de los tipos de cambio de cada país contra el USD impactan directamente el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. El CLP/USD ha presentado una alta volatilidad durante los últimos doce meses; al cierre del 31 de diciembre de 2025, registró 907 CLP/USD, una apreciación de 9,0% con respecto a la misma fecha del año pasado, pero con grandes fluctuaciones durante los últimos doce meses (máximo de 1.013 y mínimo de 905). Con respecto a las otras monedas locales: al cierre de diciembre, el PEN de Perú se apreció 10,6% contra el USD; el UYU de Uruguay se apreció 11,4%; y el COP de Colombia, 14,8% (precio cierre). La apreciación del PEN, COP y UYU contra el CLP (FX promedio trimestral) aumentó la contribución de Perú, Colombia y Uruguay al consolidar sus resultados en CLP.

Riesgo financiero: La compañía sigue una política conservadora de manejo de caja, con fondos y fuentes de financiamiento suficientes para financiar inversiones planificadas para 2026, y con un mínimo nivel de endeudamiento.

VII. Resumen Países

Ingresos (Millones Ch\$)

	4T25	4T24	Var %	Moneda Local	2025	2024	Var %	Moneda Local
Chile	72.164	70.399	2,5%	2,5%	280.039	267.140	4,8%	4,8%
Colombia	14.822	10.841	36,7%	23,6%	39.676	34.087	16,4%	13,5%
Perú	14.118	10.779	31,0%	22,3%	43.316	37.167	16,5%	9,5%
Uruguay	10.555	10.058	4,9%	0,4%	40.728	37.589	8,3%	9,9%
Total Filiales	39.494	31.678	24,7%		123.719	108.843	13,7%	
Total Forus	111.658	102.078	9,4%		403.758	375.983	7,4%	

Ingresos (% total)

	4T25	4T24	2025	2024
Chile	64,6%	69,0%	69,4%	71,1%
Colombia	13,3%	10,6%	9,8%	9,1%
Perú	12,6%	10,6%	10,7%	9,9%
Uruguay	9,5%	9,9%	10,1%	10,0%
Total Filiales	35,4%	31,0%	30,6%	28,9%

Same Store Sales (en moneda local)

	2025				2025	2024
	1T	2T	3T	4T	12M	12M
Chile	14,7%	-1,4%	7,0%	0,3%	4,3%	12,6%
Colombia	10,8%	11,6%	8,5%	11,7%	10,8%	5,7%
Perú	5,2%	0,8%	-0,2%	17,2%	6,0%	10,4%
Uruguay	4,3%	2,2%	4,3%	5,0%	3,9%	8,1%

Digital (% de la Venta)

	2025				2025
	1T	2T	3T	4T	12M
Chile	13%	25%	14%	23%	19%
Colombia	26%	30%	25%	30%	28%
Perú	10%	12%	18%	14%	14%
Uruguay	15%	28%	16%	21%	21%
Forus	14%	25%	16%	22%	20%

Digital (% del DTC)

	2025				2025
	1T	2T	3T	4T	12M
Chile	18%	30%	19%	26%	24%
Colombia	35%	37%	33%	36%	35%
Perú	12%	14%	21%	17%	16%
Uruguay	19%	31%	19%	22%	24%
Forus	19%	29%	21%	26%	24%

Sitios e-commerce, por país

Sitios e-commerce		
Chile		
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		
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		
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
Colombia		
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		
1	BSoul	BSoul.es
50	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

Número de Locales y Superficies

	Dic. 2025		Dic. 2024		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	267	30.858	268	30.656	-1	0,7%
Colombia	53	4.092	43	3.127	10	30,9%
Perú	57	4.663	58	4.723	-1	-1,3%
Uruguay	46	5.187	46	5.187	0	0,0%
Total	423	44.798	415	43.692	8	2,5%

Movimientos de tiendas 4T25, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Burton	Puerto Varas	Puerto Varas	89
	1	Parfois	Casa Costanera	Santiago	90
	1	Crocs	Arauco Buenaventura	Santiago	54
	1	Crocs	Costanera Center	Santiago	103
	1	Crocs	Plaza Vespucio	Santiago	71
	1	RKF	Plaza Vespucio	Santiago	119
	1	Under Armour	Parque Arauco	Santiago	403
	7				929
Perú					
	1	RKF	Cayma	Arequipa	98
	1	RKF	Ica	Ica	105
	2				203
Colombia					
	1	Under Armour	Titán Plaza	Bogotá	135
	1	VANS	Gran Estación	Bogotá	78
	1	VANS	El Tesoro	Bogotá	72
	3				285
Total	12				1.417

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Billabong	Marina Arauco	Santiago	113
	1	Hush Puppies	Arauco Buenaventura	Santiago	54
	1	RKF	Plaza Vespucio	Santiago	70
	1	Under Armour	Parque Arauco	Santiago	272
	4				509
Perú					
	1	Billabong	Chiclayo	Chiclayo	70
	1	Billabong	Trujillo	Trujillo	103
	1	Billabong	Piura	Piura	96
	1	Billabong	Jockey Plaza	Lima	86
	1	Billabong	Salaverry	Lima	105
	5				460
Total	9				969

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Oct-25 al 31-Dic-25)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	3	420
Perú	-3	-257
Uruguay	0	0
Colombia	3	285
Total	3	448

CHILE

(Millones Ch.\$)

Total Chile

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	72.164		70.399		2,5%
Costos	(33.389)		(31.402)		6,3%
Ganancia Bruta	38.775	53,7%	38.997	55,4%	-0,6%
Resultado Operacional	5.243	7,3%	7.591	10,8%	-30,9%
EBITDA	10.058	13,9%	13.084	18,6%	-23,1%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	61.951		59.613		3,9%
Costos	(28.178)		(25.655)		9,8%
Ganancia Bruta	33.773	54,5%	33.958	57,0%	-0,5%
Resultado Operacional	5.763	9,3%	7.399	12,4%	-22,1%
EBITDA	9.935	16,0%	12.183	20,4%	-18,5%

Wholesale

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	10.212		10.787		-5,3%
Costos	(5.210)		(5.747)		-9,3%
Ganancia Bruta	5.002	49,0%	5.039	46,7%	-0,7%
Resultado Operacional	(520)	-5,1%	191	1,8%	-371,8%
EBITDA	124	1,2%	901	8,4%	-86,3%

CHILE (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Chile

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	280.039		267.140		4,8%
Costos	(130.765)		(123.327)		6,0%
Ganancia Bruta	149.274	53,3%	143.813	53,8%	3,8%
Resultado Operacional	23.311	8,3%	26.332	9,9%	-11,5%
EBITDA	42.693	15,2%	44.782	16,8%	-4,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	223.195		213.212		4,7%
Costos	(98.782)		(92.855)		6,4%
Ganancia Bruta	124.413	55,7%	120.357	56,4%	3,4%
Resultado Operacional	21.527	9,6%	22.496	10,6%	-4,3%
EBITDA	38.123	17,1%	38.127	17,9%	0,0%

Wholesale

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	56.844		53.928		5,4%
Costos	(31.982)		(30.472)		5,0%
Ganancia Bruta	24.861	43,7%	23.456	43,5%	6,0%
Resultado Operacional	1.785	3,1%	3.836	7,1%	-53,5%
EBITDA	4.570	8,0%	6.655	12,3%	-31,3%

PERÚ

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	14.118		10.779		31,0%
Costos	(6.185)		(4.581)		35,0%
Ganancia Bruta	7.933	56,2%	6.198	57,5%	28,0%
Resultado Operacional	2.499	17,7%	1.728	16,0%	44,6%
EBITDA	3.521	24,9%	2.593	24,1%	35,8%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	11.579		8.900		30,1%
Costos	(4.851)		(3.601)		34,7%
Ganancia Bruta	6.728	58,1%	5.299	59,5%	27,0%
Resultado Operacional	1.879	16,2%	1.605	18,0%	17,1%
EBITDA	2.852	24,6%	2.423	27,2%	17,7%

Wholesale

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	2.539		1.879		35,1%
Costos	(1.334)		(980)		36,1%
Ganancia Bruta	1.205	47,5%	899	47,8%	34,0%
Resultado Operacional	620	24,4%	123	6,6%	402,4%
EBITDA	670	26,4%	170	9,0%	294,2%

PERÚ (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	43.316		37.167		16,5%
Costos	(18.433)		(15.642)		17,8%
Ganancia Bruta	24.883	57,4%	21.525	57,9%	15,6%
Resultado Operacional	6.447	14,9%	5.993	16,1%	7,6%
EBITDA	10.208	23,6%	9.035	24,3%	13,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	36.122		30.977		16,6%
Costos	(14.658)		(12.389)		18,3%
Ganancia Bruta	21.464	59,4%	18.588	60,0%	15,5%
Resultado Operacional	5.138	14,2%	4.985	16,1%	3,1%
EBITDA	8.706	24,1%	7.858	25,4%	10,8%

Wholesale

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	7.194		6.190		16,2%
Costos	(3.775)		(3.253)		16,0%
Ganancia Bruta	3.419	47,5%	2.936	47,4%	16,4%
Resultado Operacional	1.309	18,2%	1.008	16,3%	29,8%
EBITDA	1.502	20,9%	1.178	19,0%	27,5%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	10.555		10.058		4,9%
Costos	(4.547)		(4.229)		7,5%
Ganancia Bruta	6.007	56,9%	5.829	58,0%	3,1%
Resultado Operacional	1.395	13,2%	1.291	12,8%	8,0%
EBITDA	1.816	17,2%	1.912	19,0%	-5,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	9.838		9.142		7,6%
Costos	(4.142)		(3.666)		13,0%
Ganancia Bruta	5.696	57,9%	5.475	59,9%	4,0%
Resultado Operacional	1.326	13,5%	1.157	12,7%	14,6%
EBITDA	1.727	17,6%	1.761	19,3%	-1,9%

Wholesale

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	716		916		-21,8%
Costos	(406)		(563)		-27,9%
Ganancia Bruta	311	43,4%	354	38,6%	-12,2%
Resultado Operacional	69	9,6%	134	14,6%	-48,8%
EBITDA	89	12,4%	151	16,5%	-41,2%

URUGUAY (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	40.728		37.589		8,3%
Costos	(18.300)		(16.174)		13,1%
Ganancia Bruta	22.428	55,1%	21.415	57,0%	4,7%
Resultado Operacional	4.357	10,7%	3.906	10,4%	11,5%
EBITDA	6.897	16,9%	6.177	16,4%	11,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	35.727		33.007		8,2%
Costos	(15.255)		(13.427)		13,6%
Ganancia Bruta	20.472	57,3%	19.580	59,3%	4,6%
Resultado Operacional	3.756	10,5%	3.326	10,1%	12,9%
EBITDA	6.209	17,4%	5.507	16,7%	12,7%

Wholesale

EERR	2025	% Ingresos	2024	% Ingresos	Var.
Ingresos	5.000		4.582		9,1%
Costos	(3.045)		(2.747)		10,8%
Ganancia Bruta	1.956	39,1%	1.835	40,1%	6,6%
Resultado Operacional	601	12,0%	580	12,7%	3,6%
EBITDA	688	13,8%	670	14,6%	2,8%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	14.822		10.841		36,7%
Costos	(7.090)		(5.564)		27,4%
Ganancia Bruta	7.732	52,2%	5.277	48,7%	46,5%
Resultado Operacional	2.575	17,4%	1.653	15,2%	55,8%
EBITDA	3.664	24,7%	2.324	21,4%	57,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	12.132		8.322		45,8%
Costos	(5.420)		(3.838)		41,2%
Ganancia Bruta	6.712	55,3%	4.484	53,9%	49,7%
Resultado Operacional	2.134	17,6%	1.473	17,7%	44,9%
EBITDA	3.082	25,4%	2.010	24,2%	53,3%

Wholesale

EERR	4T25	% Ing.	4T24	% Ing.	Var.
Ingresos	2.689		2.519		6,7%
Costos	(1.670)		(1.726)		-3,3%
Ganancia Bruta	1.019	37,9%	793	31,5%	28,5%
Resultado Operacional	441	16,4%	180	7,2%	145,0%
EBITDA	582	21,6%	314	12,5%	85,4%

COLOMBIA (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	39.676		34.087		16,4%
Costos	(19.881)		(18.128)		9,7%
Ganancia Bruta	19.795	49,9%	15.959	46,8%	24,0%
Resultado Operacional	3.898	9,8%	2.827	8,3%	37,9%
EBITDA	7.413	18,7%	5.373	15,8%	38,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	31.385		25.167		24,7%
Costos	(14.388)		(11.876)		21,1%
Ganancia Bruta	16.997	54,2%	13.290	52,8%	27,9%
Resultado Operacional	3.773	12,0%	2.772	11,0%	36,1%
EBITDA	6.707	21,4%	4.863	19,3%	37,9%

Wholesale

EERR	2025	% Ing.	2024	% Ing.	Var.
Ingresos	8.290		8.920		-7,1%
Costos	(5.493)		(6.251)		-12,1%
Ganancia Bruta	2.798	33,7%	2.669	29,9%	4,8%
Resultado Operacional	125	1,5%	55	0,6%	125,8%
EBITDA	706	8,5%	510	5,7%	38,5%

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 31 de diciembre de 2025 y 2024 (auditados)

ACTIVOS		2025	2024
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	28.090.756	22.858.031
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	25.160.160	44.760.578
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	6.305.237	5.409.423
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	39.464.299	39.049.734
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(14 a)	259.002	269.697
Inventarios	(15)	117.598.755	91.782.824
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	7.142.029	8.712.267
Total de activos corrientes		<u>224.020.238</u>	<u>212.842.554</u>
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	225.231	136.480
Derechos por cobrar no corrientes	(30)	528.432	532.852
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	3.192.520	1.961.306
Plusvalía	(9)	2.732.922	2.727.132
Propiedades, plantas y equipos	(10)	69.782.486	61.202.608
Derechos de Uso	(11)	79.978.269	72.705.627
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	6.458.306	7.176.855
Total de activos no corrientes		<u>162.898.166</u>	<u>146.442.860</u>
Total de Activos		<u>386.918.404</u>	<u>359.285.414</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 31 de diciembre de 2025 y 2024 (auditados)

PASIVOS

		2025	2024
Pasivos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(17 b)	581.930	2.658.834
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(17 c)	18.857.204	16.005.904
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	27.984.403	24.368.776
Otras provisiones corrientes	(20)	9.976.546	10.561.209
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	10.628.368	11.148.897
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	<u>2.824.792</u>	<u>2.566.574</u>
Total de pasivos corrientes		<u>70.853.243</u>	<u>67.310.194</u>
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17 b)	-	436.572
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(17 c)	59.917.922	54.393.803
Otros pasivos no financieros no corrientes	(33)	<u>6.921</u>	<u>6.692</u>
Total de pasivos no corrientes		<u>59.924.843</u>	<u>54.837.067</u>
Total Pasivos		<u>130.778.086</u>	<u>122.147.261</u>
Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		205.844.207	189.258.956
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	<u>7.863.782</u>	<u>5.636.413</u>
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>255.336.940</u>	<u>236.524.320</u>
Participaciones no controladoras	(18)	<u>803.378</u>	<u>613.833</u>
Patrimonio total		<u>256.140.318</u>	<u>237.138.153</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>386.918.404</u>	<u>359.285.414</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
Estados de Resultados Integrales por Función Consolidados
Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Estados de Resultados Integrales			
Ingresos de actividades ordinarias		403.758.469	375.982.660
Costo de ventas	(15)	(187.378.691)	(173.270.690)
Ganancia bruta		<u>216.379.778</u>	<u>202.711.970</u>
Otros ingresos, por función	(26 a)	1.159.360	1.053.019
Costos de distribución		(5.006.060)	(4.428.930)
Gasto de administración	(23)	(173.360.497)	(159.225.113)
Otros gastos, por función	(26 b)	(260.801)	(367.632)
Otras ganancias (pérdidas)	(26 c)	(205.654)	164.929
Ingresos (gastos) financieros	(31 a)	2.969.694	3.237.100
Costos financieros	(31 b)	(5.577.298)	(4.924.767)
Diferencias de cambio	(24)	(2.100.048)	755.476
Resultados por unidades de reajuste	(25)	141.725	1.652.098
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		<u>34.140.199</u>	<u>40.628.150</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	(6.498.113)	(10.359.318)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		<u>27.642.086</u>	<u>30.268.832</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		27.452.465	30.093.199
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	189.621	175.633
Ganancia		<u>27.642.086</u>	<u>30.268.832</u>
Ganancia por acción básica y diluida	(16 g)	\$ 106,2118	\$ 116,4287

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Resultados Integrales por Función Consolidados
 Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Otros Resultados Integrales			
Ganancia (pérdida)		27.642.086	30.268.832
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		<u>2.227.369</u>	<u>2.065.314</u>
Otro resultado integral Total		<u>2.227.369</u>	<u>2.065.314</u>
Resultado Integral Total		<u>29.869.455</u>	<u>32.334.146</u>
Resultados Atribuibles a			
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		29.679.834	32.158.513
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(18)	<u>189.621</u>	<u>175.633</u>
Resultado Integral Total		<u>29.869.455</u>	<u>32.334.146</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
31 de diciembre de 2025 y 2024 (auditados)

	Capital emitido M\$	Primas de emisión M\$	Reservas por diferencias de cambio por conversión M\$	Otras reservas varias M\$	Total Otras reservas M\$	Ganancia (pérdida) acumulada M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial período actual 01.01.2025	24.242.787	17.386.164	5.098.974	537.439	5.636.413	189.258.956	236.524.320	613.833	237.138.153
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	27.452.465	27.452.465	189.621	27.642.086
Otro resultado integral	-	-	2.227.369	-	2.227.369	-	2.227.369	-	2.227.369
Resultado Integral	-	-	2.227.369	-	2.227.369	27.452.465	29.679.834	189.621	29.869.455
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(11.056.835)	(11.056.835)	-	(11.056.835)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	189.621	189.621	(76)	189.545
Total de cambios en patrimonio	-	-	2.227.369	-	2.227.369	16.585.251	18.812.620	189.545	19.002.165
Saldo final período actual 31.12.2025	24.242.787	17.386.164	7.326.343	537.439	7.863.782	205.844.207	255.336.940	803.378	256.140.318
Saldo inicial período actual 01.01.2024	24.242.787	17.386.164	3.033.660	537.439	3.571.099	171.097.656	216.297.706	438.290	216.735.996
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	30.093.199	30.093.199	175.633	30.268.832
Otro resultado integral	-	-	2.065.314	-	2.065.314	-	2.065.314	-	2.065.314
Resultado Integral	-	-	2.065.314	-	2.065.314	30.093.199	32.158.513	175.633	32.334.146
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(12.107.532)	(12.107.532)	-	(12.107.532)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	175.633	175.633	(90)	175.543
Total de cambios en patrimonio	-	-	2.065.314	-	2.065.314	18.161.300	20.226.614	175.543	20.402.157
Saldo final período actual 31.12.2024	24.242.787	17.386.164	5.098.974	537.439	5.636.413	189.258.956	236.524.320	613.833	237.138.153

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 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		455.271.144	429.311.548
Otros cobros por actividades de operación		81.713	1.261.234
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(333.431.949)	(274.221.323)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(65.033.793)	(58.511.825)
Otros pagos por actividades de operación		(370.709)	(235.038)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>56.516.406</u>	<u>97.604.596</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(5.317.654)	(12.860.576)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)		<u>(12.406.082)</u>	<u>(16.426.696)</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>38.792.670</u>	<u>68.317.324</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Flujos de efectivo procedentes de la pérdida de control de subsidiarias u otros negocios, clasificados como actividades de inversión		-	(2.533.695)
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión		-	291
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(16.585.500)	(11.710.919)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(2.057.642)	(550.031)
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(368.498)	(949.840)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		374.614	3.149
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión (*)		21.942.578	(10.223.810)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>3.305.552</u>	<u>(25.964.855)</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		30.358.510	22.389.674
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(30.757.272)	(30.819.997)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(25.123.193)	(26.027.952)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16 d)	(12.107.533)	(11.537.015)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(499.851)	(1.189.959)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación		-	509
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(38.129.339)</u>	<u>(47.184.740)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		3.968.883	(4.832.271)
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		<u>1.263.842</u>	<u>964.115</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		<u>5.232.725</u>	<u>(3.868.156)</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		<u>22.858.031</u>	<u>26.726.187</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u><u>28.090.756</u></u>	<u><u>22.858.031</u></u>

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 distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y cuenta con 423 tiendas y 50 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia, Uruguay y 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