



THE AMAZE PUFF

DESCUBRE NUESTRA NUEVA PARKA
FUERTE CONTRA EL FRÍO Y SUAVE CONTIGO



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	2
II. Resultados Consolidados.....	3
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	4
IV. Resultados por País y Segmento.....	7
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 abril del 2026: \$927,46/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*): 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

En FORUS, nos apasiona superar las expectativas de nuestros consumidores. Trabajamos día a día para transformar cada compra en una experiencia superior, respaldada por nuestra estrategia *One Forus* que busca traer las mejores marcas y productos del mercado a cada uno de nuestros países. En línea con eso, 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. Durante este trimestre, en Perú, abrimos siete tiendas VANS, lanzamos nuestro sitio VANS.com.pe y comenzamos a comercializar la marca en los canales marketplace y *wholesale*, ejecutando un expedito y extensivo despliegue de la marca en nuestro ecosistema *phygital* en el país.

En 1T26 FORUS reportó Ingresos Consolidados por MM \$94.922, un leve incremento de 0,4%, donde registramos un robusto crecimiento de 18,1% en nuestras filiales internacionales, mientras que, en Chile, anotamos un decrecimiento de 5,6%. Nuestro EBITDA consolidado alcanzó MM \$14.003, una variación de -6,6%, con un margen EBITDA de 14,8%, una contracción de 111 pb, explicado por Chile, donde la caída en los ingresos deterioró el GAV/ingresos. El Margen Bruto consolidado fue 53,4%, una expansión de 133 pb, impulsado por la recuperación en el margen bruto del segmento *wholesale* a nivel consolidado, con una expansión de 504 pb, explicado en gran parte por el impacto de un tipo de cambio más favorable en el costo de la colección de invierno 2026 y por un mejor *mix* de inventario en las filiales. La Utilidad Neta alcanzó MM \$4.140, un decrecimiento de 16,9%.

Este trimestre, nuestras filiales internacionales (30,1% del ingreso consolidado) continuaron su trayectoria de crecimiento y rentabilidad, anotando ingresos por MM \$28.561, impulsado principalmente por Colombia y Perú, que crecieron 24,2% y 23,4%, respectivamente. El EBITDA de las filiales creció un 34,3%, con alzas de doble dígito en los tres países. El margen EBITDA de 16,5% reflejó una expansión de 200 pb, explicado por la mejora de 274 pb en el margen bruto que mitigó mayores gastos relacionados a la apertura y maduración de nuevas marcas/tiendas. Durante el trimestre, abrimos ocho tiendas (siete en Perú y una en Colombia). Destacamos el alza de SSS de 24,5% en Perú, donde pudimos atender exitosamente el aumento en la demanda que resultó por la mayor liquidez en el mercado. La venta digital de las filiales (23% del DTC) aumentó 28,9%, con alzas de doble dígito en los tres países, sobresaliendo Colombia que registró un crecimiento de 39,6%.

En Chile (69,9% del ingreso consolidado) enfrentamos un contexto desafiante este trimestre. La venta en tiendas decreció 10,3% (SSS -12,4%), explicado por i) el decrecimiento (-80%) en la venta a extranjeros, dado la alta base de comparación por la afluencia de turistas Argentinos en 1T25 y ii) por el complejo entorno macroeconómico que presionó al consumidor local. La venta digital (22% del DTC) aumentó 13,9%, impulsado por un exitoso evento *Blackweek* y por la adopción de nuevas herramientas de gestión en los sitios de e-commerce. El GAV creció un moderado 2,8% este trimestre, en línea con la inflación del trimestre, lo que refleja la efectividad de las iniciativas que hemos adoptado para mitigar presiones de gastos por cambios normativos, inflación y la incorporación y proceso de maduración de nuevas marcas y negocios. El EBITDA de Chile decreció 19,2% con un margen EBITDA de 14,0%, una contracción de 234 pb, explicado por el deterior en el GAV/ingresos por la caída en los ingresos.

FORUS, nuevamente, concluyó el trimestre con una sólida posición financiera, con una deuda neta/UDM EBITDA de 0,8 veces y, en abril, Moody's Local ratificó en AA/Estable la solvencia de la compañía. En la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada en abril se aprobó la política de dividendos de un 40% para el Ejercicio de 2026.

II. Resultados Consolidados

FORUS S.A. Y FILIALES						
RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS						
	1T26	% Ing.	1T25	% Ing.	Var %	Var pb
	MM\$		MM\$			
Ingresos	94.922		94.513		0,4%	
Costos de ventas	(44.209)		(45.278)		-2,4%	
Ganancia Bruta	50.713	53,4%	49.235	52,1%	3,0%	133
Gasto de Administración y Ventas (GAV)	(44.815)	-47,2%	(41.399)	-43,8%	8,3%	(341)
Resultado Operacional	5.898	6,2%	7.836	8,3%	-24,7%	(208)
Depreciación y Amortización	8.105	8,5%	7.161	7,6%		
EBITDA	14.003	14,8%	14.997	15,9%	-6,6%	(111)
Otros Ingresos, por función	126		136		-7,6%	
Otros Gastos, por función	(186)		(56)		230,1%	
Ingresos financieros	269		716		-62,4%	
Gastos financieros	(1.449)		(1.364)		6,2%	
Diferencias de cambio	791		(762)		-203,7%	
Resultados por unidades de reajuste	666		338		97,4%	
Otras ganancias y pérdidas	6		128		-95,5%	
Resultado No Operacional	223	0,2%	(865)	-0,9%	-125,8%	115
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	6.121	6,4%	6.971	7,4%	-12,2%	(93)
Impuesto a la Renta	(2.059)		(1.981)		3,9%	
Ganancia (pérdida) antes de Interés Minoritario	4.062	4,3%	4.990	5,3%	-18,6%	(100)
Interés Minoritario	(78)		5		-1561,5%	
Ganancia (Pérdida) Neta	4.140	4,4%	4.985	5,3%	-16,9%	(91)

Ingresos: Nuestros ingresos consolidados aumentaron 0,4%, con un sólido desempeño de nuestras filiales internacionales, que registraron un alza de 18,1%, y un decrecimiento de 5,6% en Chile, donde enfrentamos una alta base de comparación por la venta a extranjeros y un desafiante entorno macroeconómico. La venta digital creció 18,4% y representó un 22% de los ingresos DTC.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA consolidado decrecieron 24,7% y 6,6%, respectivamente, presionado por Chile, dado que las filiales internacionales registraron un robusto crecimiento de 35,6% y 34,3% en resultado operacional y EBITDA, respectivamente.

Utilidad Neta: Nuestra utilidad neta decreció 16,9%. Este trimestre, registramos una ganancia no operacional, comparado con una pérdida en 1T25, impulsada principalmente por i) la apreciación (precio de cierre) del USD contra el CLP y su impacto en el valor contable de los activos denominados en USD (MM \$791 en *Diferencias de Cambio*) y ii) el ajuste por inflación en nuestros activos (MM \$666 en *Resultados por Unidades de Reajuste*).

III. Hechos Relevantes del 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, estamos comercializando la marca a través de nuestros canales de venta presenciales y digitales directo-al-consumidor (DTC) y, también, a través del canal *wholesale* a nuestros clientes mayoristas. Durante el primer trimestre, abrimos siete tiendas VANS en Perú y lanzamos nuestro sitio de comercio electrónico VANS.com.pe.

Nuestro nuevo CD ENEA inició operaciones

El nuevo CD ENEA, nuestro segundo centro de distribución (CD) propio en Chile, inició operaciones en enero 2026. Situado en el terreno de 45.000 m2 que adquirimos en 2019, el CD ENEA está ubicado en el parque empresarial ENEA y 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.

Azaleia celebra Nuestra Ruta de Verano

En colaboración con Revista Velvet, Azaleia celebró el verano con una serie de eventos musicales, culturales y deportivos que se realizaron en Zapallar y Cachagua y Santiago desde enero a marzo. El evento de cierre consistió en una tarde de juegos, cóctel y sorpresas, junto a Revista Velvet, en The Loft Santiago en el Mut.

Under Armour Auspicia Maratón de Viña 2026

Under Armour fue la polera técnica oficial del Medio Maratón de Viña del Mar 2026. El evento, certificado por World Athletics y avalado por la Federación Atlética de Chile (Fedachi), se celebró el domingo 29 de marzo, con la participación de 200 runners y miles de espectadores.

BSoul Run 5K

En febrero realizamos la primera edición del BSoul Run 5K en Viña del Mar, junto a nuestras embajadoras Javi Bennett y Flo Benzi. Reunimos a 50 mujeres en nuestra tienda de Mall Marina, desde donde iniciamos una corrida social de 5 km a la orilla del mar, generando un espacio de conexión y movimiento en comunidad. La experiencia finalizó con un *brunch* y la entrega de regalos BSoul, cerrando una jornada pensada para fortalecer el vínculo con nuestras clientas y vivir el concepto *Move Your Soul*.

Hechos Posteriores al Periodo

Acuerdos de la 35ª Junta Ordinaria de Accionistas

El 9 de abril de 2026 se celebró la Trigésimo Quinta Junta Ordinaria de Accionistas, donde se acordó lo siguiente, entre otras materias:

a) Distribución de dividendos:

- 1) Pagar el Dividendo N°. 56 Definitivo Mínimo Obligatorio con cargo a la utilidad del Ejercicio 2025, por un monto total de \$4.286.356.307, ascendiente a \$16,58363791 por acción, el que, sumado al Dividendo N°. 55 Provisorio, pagado el 21 de noviembre de 2025, equivale a repartir un 30% de la utilidad del Ejercicio 2025; disponible a contar del 24 de abril de 2026 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de FORUS S.A. a la medianoche del día 18 de abril de 2026.
- 2) Pagar el Dividendo N°. 57 Adicional con cargo a la utilidad del Ejercicio 2025, por un monto total de \$2.764.208.603, ascendiente a \$10,69454597 por acción, que equivale a un 10% de la utilidad del Ejercicio 2025; disponible a contar del 24 de abril de 2026 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de FORUS a la medianoche del día 18 de abril de 2026.

b) Política de dividendos: Mantener una política de distribución del 40% de las utilidades líquidas del Ejercicio, en carácter provisorios o definitivos.

c) Remuneración del Directorio y del Comité Comercial:

- 1) La aprobación de la remuneración para los miembros del Directorio para el Ejercicio 2026 y hasta la celebración de la próxima Junta Ordinaria de Accionistas a celebrarse en 2027, de una dieta equivalente a 80 U.F. por cada sesión a la que efectivamente asista según los medios establecidos por la ley. Adicionalmente, se aprobó una remuneración variable consistente en una participación de un 0,9% de la utilidad líquida del Ejercicio 2026. El Presidente del Directorio recibirá el doble de remuneración (fija y variable).
- 2) Se acordó la remuneración para cada director que pase a formar parte del Comité Comercial, equivalente a un tercio adicional calculado sobre el total de la remuneración que cada director, individualmente, reciba en su calidad de tal.

d) Remuneración del Comité de Directores: La aprobación de la remuneración de cada integrante del Comité de Directores para el Ejercicio 2026 y hasta la celebración de la próxima Junta

Ordinaria de Accionistas a celebrarse en 2027, de un pago adicional equivalente a un tercio adicional calculado sobre el total de la remuneración que cada director, individualmente, reciba en su calidad de tal.

- e) **Designación del Auditor Externo:** La empresa EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada fue designada como auditora externa de FORUS S.A.
- f) **Designación de la Clasificadora de Riesgo:** La empresa Moody's Local CL Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada fue designada como clasificadora de riesgo de FORUS S.A.

Moody's Local ratificó en AA/Estable la solvencia de FORUS

El 8 de abril Moody's Local CL Clasificadora de Riesgo Limitada ("Moody's Local") afirmó la clasificación de FORUS S.A. en categoría AA con perspectiva Estable y la de sus títulos accionarios en Primera Clase Nivel 1, basando su evaluación en "factores relacionados a su negocio —tales como su posición competitiva, diversificación y escala— y en su sólida fortaleza financiera".

IV. Resultados por País y Segmento

Chile			
Total (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	66.361	70.325	-5,6%
Costos	(31.289)	(33.674)	-7,1%
Ganancia Bruta	35.071	36.651	-4,3%
Margen Bruto	52,8%	52,1%	73
GAV	(31.012)	(30.171)	2,8%
GAV/Ingresos	-46,7%	-42,9%	-383
Resultado Operacional	4.059	6.480	-37,4%
Margen Operacional	6,1%	9,2%	-310
EBITDA	9.278	11.479	-19,2%
Margen EBITDA	14,0%	16,3%	-234
DTC (MM \$)			
	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	47.815	50.783	-5,8%
Costos	(20.936)	(22.008)	-4,9%
Ganancia Bruta	26.878	28.774	-6,6%
Margen Bruto	56,2%	56,7%	-45
GAV	(25.362)	(24.105)	5,2%
GAV/Ingresos	-53,0%	-47,5%	-557
Resultado Operacional	1.516	4.669	-67,5%
Margen Operacional	3,2%	9,2%	-602
EBITDA	6.000	8.952	-33,0%
Margen EBITDA	12,5%	17,6%	-508
Wholesale (MM \$)			
	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	18.546	19.542	-5,1%
Costos	(10.353)	(11.666)	-11,3%
Ganancia Bruta	8.193	7.877	4,0%
Margen Bruto	44,2%	40,3%	387
GAV	(5.651)	(6.066)	-6,9%
GAV/Ingresos	-30,5%	-31,0%	57
Resultado Operacional	2.543	1.811	40,4%
Margen Operacional	13,7%	9,3%	445
EBITDA	3.279	2.527	29,8%
Margen EBITDA	17,7%	12,9%	475

Ingresos: Nuestros ingresos en Chile (69,9% de FORUS consolidado) decrecieron 5,6%, con caídas de 5,8% y 5,1% en los segmentos DTC (72% del ingreso de Chile) y *wholesale* (28% del ingreso de Chile), respectivamente, explicado principalmente por la menor venta a extranjeros y por el desafiante entorno macroeconómico. Dentro del segmento DTC, la venta del canal digital (22% del DTC) aumentó 13,9%, impulsado por un exitoso evento *Blackweek* en marzo y por la adopción de nuevas herramientas de gestión en los sitios de e-commerce. Durante el trimestre, agregamos dos tiendas nuevas (de las cadenas Columbia y L'OCCITANE en Provence) y cerramos tres locales (dos de Funsport y uno de Shoe Express). También seguimos avanzando con nuestro plan de remodelaciones, con la reapertura de cuatro locales: VANS Costanera Center (reubicación), Columbia Mall Plaza Antofagasta, Hush Puppies Alto Las Condes y Merrell Parque Arauco; siete tiendas estuvieron temporalmente cerradas durante al menos una parte del trimestre por remodelaciones. La venta presencial decreció 10,3% (SSS -12,4%), explicado en gran parte por el pronunciado decrecimiento (-80%) en la venta a extranjeros que, en 1T25, representó casi

15% de la venta en tiendas, por la alta afluencia de turistas Argentinos. Además, el desafiante contexto macroeconómico nacional siguió presionando la demanda local este trimestre: el PIB decreció 0,5%, el desempleo alcanzó 8,9% y la tasa de ocupación informal se ubicó en 26,5%. A esto se sumó el impacto negativo para el poder adquisitivo que tuvo el alza del precio internacional de los combustibles, explicado por el conflicto en el Medio Oriente, lo que impulsó que la confianza del consumidor volviera a caer en zona pesimista en marzo (48,8), luego de haber mejorado en los cuatro meses previos. Como consecuencia de estos factores externos que presionaron al consumo y, en consecuencia, al sector retail en Chile, varios clientes *wholesale* experimentaron alzas en sus días de inventario, lo que deprimió la venta del segmento; esto fue contrarrestado, en parte, por la incorporación de dos nuevos clientes mayoristas con potencial de crecimiento.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA decrecieron 37,4% y 19,2%, respectivamente, con un deterioro en el margen operacional y margen EBITDA de 310 pb y 234 pb, respectivamente, explicado principalmente por la caída en los ingresos, lo que deterioró el GAV/ingresos en 383 pb. El margen bruto mejoró 73 pb, explicado por la expansión de 387 pb en el segmento *wholesale*, lo que fue parcialmente contrarrestado por un leve deterioro de 45 pb en el segmento DTC. La recuperación del margen bruto en el segmento *wholesale* refleja i) la baja base de comparación de 1T25 y ii) la apreciación del CLP/USD en el costo promedio de la nueva colección de invierno 2026. El margen bruto del canal DTC, en cambio, decreció levemente por *mix* de canales. El GAV creció un moderado 2,8% este trimestre, en línea con la inflación del trimestre, lo que refleja la efectividad de las iniciativas que hemos adoptado para mitigar presiones de gastos por cambios normativos, inflación y la incorporación y proceso de maduración de nuevas marcas y negocios (Crocs, L'OCCITANE en Provence, Parfois, Blue Banana y BSoul España). Este trimestre se realizó, también, un ajuste contable de algunos gastos administrativos por segmento.

Peru			
Total (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	10.299	8.345	23,4%
Costos	(4.409)	(3.586)	23,0%
Ganancia Bruta	5.889	4.759	23,7%
Margen Bruto	57,2%	57,0%	16
GAV	(4.654)	(3.948)	17,9%
GAV/Ingresos	-45,2%	-47,3%	211
Resultado Operacional	1.235	811	52,2%
Margen Operacional	12,0%	9,7%	227
EBITDA	2.255	1.619	39,3%
Margen EBITDA	21,9%	19,4%	249
DTC (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	7.944	6.498	22,3%
Costos	(3.227)	(2.601)	24,1%
Ganancia Bruta	4.716	3.897	21,0%
Margen Bruto	59,4%	60,0%	(60)
GAV	(3.998)	(3.445)	16,0%
GAV/Ingresos	-50,3%	-53,0%	270
Resultado Operacional	719	451	59,2%
Margen Operacional	9,0%	6,9%	210
EBITDA	1.691	1.213	39,4%
Margen EBITDA	21,3%	18,7%	261
Wholesale (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	2.355	1.847	27,5%
Costos	(1.182)	(985)	20,0%
Ganancia Bruta	1.173	862	36,0%
Margen Bruto	49,8%	46,7%	312
GAV	(657)	(503)	30,7%
GAV/Ingresos	-27,9%	-27,2%	(68)
Resultado Operacional	516	360	43,5%
Margen Operacional	21,9%	19,5%	244
EBITDA	564	406	38,9%
Margen EBITDA	24,0%	22,0%	198

Ingresos: En Perú nuestros ingresos aumentaron 23,4% (22,8% en moneda local), con alzas de doble dígito en todos los canales de venta, impulsado por i) una mayor liquidez en el mercado (por los retiros de los fondos de pensión), ii) la incorporación de VANS a partir (1 de enero) y iii) un *mix* de inventario más saludable (mayor novedad y curvas completas), todo lo cual más que compensó la devolución de la marca Billabong (diciembre 2025). El segmento DTC (77% del ingreso Perú) creció 22,3%, con alzas de 23,1% y 16,5% en el canal presencial y digital, respectivamente. La venta en tiendas fue impulsada, mayormente, por SSS de 24,5%, dado que el incremento en la superficie de venta (14,4%) se produjo al final del periodo. Este trimestre abrimos siete tiendas, todas de la cadena VANS, de las cuales cinco se inauguraron en marzo. En el canal digital (12% de la venta DTC), lanzamos el sitio VANS.com.pe en enero. El segmento *wholesale* (23% del ingreso Perú) creció 27,5%.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Perú aumentaron 52,2% y 39,3%, respectivamente, con una expansión del margen operacional y margen EBITDA de 227 pb y 249 pb, respectivamente, explicado principalmente por el alza en los ingresos, lo que mejoró el

GAV/ingresos en 211 pb. El margen bruto se expandió 16 pb, impulsado por la mejora de 312 pb en el segmento *wholesale*, lo que fue parcialmente contrarrestado por un leve deterioro de 60 pb en el segmento DTC. La expansión del margen bruto en el segmento *wholesale* refleja i) el impacto favorable de la apreciación del PEN/USD en el costo promedio de la nueva colección de invierno 2026 y ii) un *mix* de marcas con mayor margen bruto (VANS vs Billabong). El margen bruto del canal DTC, en cambio, decreció levemente, principalmente por la venta con descuento de saldos de inventario de Billabong. El GAV creció 17,9% este trimestre, explicado principalmente por la incorporación de nuevas marcas (arriendos y remuneraciones).

Colombia			
Total (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	9.691	7.804	24,2%
Costos	(4.530)	(4.167)	8,7%
Ganancia Bruta	5.160	3.637	41,9%
Margen Bruto	53,3%	46,6%	665
GAV	(4.750)	(3.253)	46,0%
GAV/Ingresos	-49,0%	-41,7%	(734)
Resultado Operacional	410	384	6,7%
Margen Operacional	4,2%	4,9%	(69)
EBITDA	1.537	1.091	40,9%
Margen EBITDA	15,9%	14,0%	188
DTC (MM \$)			
	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	7.927	5.741	38,1%
Costos	(3.536)	(2.679)	32,0%
Ganancia Bruta	4.390	3.062	43,4%
Margen Bruto	55,4%	53,3%	205
GAV	(4.019)	(2.638)	52,3%
GAV/Ingresos	-50,7%	-46,0%	(474)
Resultado Operacional	372	424	-12,2%
Margen Operacional	4,7%	7,4%	(269)
EBITDA	1.357	583	132,8%
Margen EBITDA	17,1%	10,2%	696
Wholesale (MM \$)			
	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	1.764	2.063	-14,5%
Costos	(994)	(1.488)	-33,2%
Ganancia Bruta	770	575	33,9%
Margen Bruto	43,6%	27,9%	1.577
GAV	(731)	(614)	19,1%
GAV/Ingresos	-41,5%	-29,8%	(1.169)
Resultado Operacional	38	(39)	-198,3%
Margen Operacional	2,2%	-1,9%	408
EBITDA	180	508	-64,5%
Margen EBITDA	10,2%	24,6%	(1.442)

Ingresos: En Colombia nuestros ingresos aumentaron 24,2% (19,0% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (82% del ingreso de Colombia), que creció 38,1%, lo que fue parcialmente contrarrestado por el decrecimiento de 14,5% del segmento *wholesale* (18% del ingreso Colombia). Dentro del segmento DTC, registramos alzas de doble dígito tanto en la venta presencial como en la digital, impulsado en parte por la incorporación de la marca VANS (agosto 2025), a pesar de un atraso en la llegada de inventario de la marca. La venta en tiendas creció 37,3%, con un SSS de 8,7% y un

incremento, neto, de 11 tiendas en doce meses (incluyendo 8 tiendas VANS), equivalente a un alza de 34,1% en la superficie de venta. Durante este trimestre, abrimos la nueva tienda *flagship* de Colombia en el exclusivo sector Zona T de Bogotá. El canal digital (35% del DTC) creció 39,6%, con alzas en todas las marcas. El canal *wholesale*, a su vez, decreció principalmente por la alta base de comparación, dado que en 1T25 se realizó una venta especial de inventario de colecciones anteriores.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Colombia aumentaron 6,7% y 40,9%, respectivamente, con un deterioro del margen operacional de 69 pb y una expansión del margen EBITDA de 188 pb, explicado principalmente por la apertura de 11 tiendas nuevas en los últimos doce meses, lo que impulsó el alza de 59,4% en el gasto por depreciación y amortización. El margen bruto de Colombia mejoró 665 pb, explicado por mejoras en ambos segmentos y por el *mix* de ventas (DTC tiene mejor margen bruto que *wholesale*). El segmento DTC registró una expansión de 205 pb y el segmento *wholesale* una mejora de 1.577 pb en el margen bruto, explicado por i) menores descuentos por tener un inventario más saludable y ii) el impacto favorable de la apreciación del COP/USD en el costo promedio de la nueva colección de invierno 2026. El GAV creció 46,0% este trimestre, explicado principalmente por i) el aumento de 23,7% en el salario mínimo, lo que aumentó el gasto en sueldos base de nuestra fuerza de venta y ii) la apertura y proceso de maduración de 11 nuevas tiendas (arriendos, remuneraciones y depreciación).

Uruguay			
Total (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	8.572	8.039	6,6%
Costos	(3.980)	(3.850)	3,4%
Ganancia Bruta	4.592	4.189	9,6%
Margen Bruto	53,6%	52,1%	147
GAV	(4.398)	(4.028)	9,2%
GAV/Ingresos	-51,3%	-50,1%	(120)
Resultado Operacional	194	161	20,6%
Margen Operacional	2,3%	2,0%	26
EBITDA	933	807	15,5%
Margen EBITDA	10,9%	10,0%	84
DTC (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	6.666	6.365	4,7%
Costos	(2.871)	(2.777)	3,4%
Ganancia Bruta	3.795	3.588	5,8%
Margen Bruto	56,9%	56,4%	56
GAV	(3.896)	(3.596)	8,3%
GAV/Ingresos	-58,4%	-56,5%	(195)
Resultado Operacional	(101)	(8)	1185,4%
Margen Operacional	-1,5%	-0,1%	(139)
EBITDA	610	614	-0,6%
Margen EBITDA	9,2%	9,6%	(49)
Wholesale (MM \$)	1T26	1T25	(%, pb)
Ingresos	1.906	1.674	13,9%
Costos	(1.109)	(1.073)	3,3%
Ganancia Bruta	797	600	32,7%
Margen Bruto	41,8%	35,9%	594
GAV	(502)	(432)	16,2%
GAV/Ingresos	-26,3%	-25,8%	(54)
Resultado Operacional	295	169	74,9%
Margen Operacional	15,5%	10,1%	540
EBITDA	323	194	66,6%
Margen EBITDA	16,9%	11,6%	536

Ingresos: En Uruguay nuestros ingresos aumentaron 6,6% (5,3% en moneda local), impulsado por el segmento *wholesale* (22% del ingreso total), que creció 13,9%, explicado en parte por adelantos de pedidos, y en menor medida, por el segmento DTC (78% del ingreso total), que registró un alza de 4,7%. Dentro del segmento DTC, la venta presencial creció 1,3% con un SSS de 2,4%. No realizamos aperturas de tiendas nuevas ni cierres definitivos en los últimos 12 meses. En línea con nuestro plan de remodelaciones, en marzo reabrimos la tienda RKF Montevideo Shopping, que había estado cerrada temporalmente por remodelación. El canal digital (22% del DTC) registró un alza de 19,4%, impulsado en parte por mejoras en los servicios de envío.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Uruguay aumentaron 20,6% y 15,5%, respectivamente, con una expansión del margen operacional y margen EBITDA de 26 pb y 84 pb, impulsado por una mejora de 147 pb en el margen bruto, lo que fue parcialmente contrarrestado por el deterioro de 120 pb en el GAV/Ingresos. El margen bruto del segmento *wholesale* aumentó en 594 puntos base, explicado por i) una recuperación de margen con respecto a

una baja base de comparación y ii) el impacto favorable de la apreciación del UYU/USD en el costo promedio de la nueva colección de invierno 2026. El margen bruto del canal DTC, a su vez, registró una expansión menor, de 56 pb. El GAV creció 9,2% este trimestre.

V. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Mar-26 MM\$	Dic-25 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	220.008	224.020	(4.012)	-1,8%
Activo No Corriente	169.791	162.898	6.893	4,2%
Total Activos	389.799	386.918	2.881	0,7%

El **Activo Corriente** presentó una leve disminución de 1,8% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, que disminuyó MM \$13.803, *Otros Activos Financieros Corrientes*, que disminuyó MM \$5.570 e *Inventarios*, que registró un alza de MM \$6.053, principalmente por el pago de la compra de inventarios e inversiones en *Propiedad, Planta y Equipo*; y *Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar*, que se incrementó en MM\$ 6.838, producto de las ventas.

El **Activo No Corriente** aumentó 4,2% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Derechos de Uso* que aumentó MM \$3.585, principalmente, por el incremento en derechos de uso por las renovaciones de contratos de arrendamiento, y *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$2.722 por inversiones en el nuevo centro de distribución y en la apertura y remodelación de tiendas.

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

	Mar-26 MM\$	Dic-25 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	66.832	70.853	(4.021)	-5,7%
Pasivo No Corriente	62.648	59.925	2.723	4,5%
Patrimonio	260.319	256.140	4.178	1,6%
Total Patrimonio y Pasivos	389.799	386.918	2.881	0,7%

El **Pasivo Corriente** presentó una disminución de 5,7%, con variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que disminuyó MM \$7.043, principalmente por el pago de la compra de inventarios; *Otros Pasivos Financieros, Corriente* que aumentó MM \$2.359; *Otros Pasivos No Financieros, Corriente*, que disminuyó MM \$1.065 por el pago

de IVA devengada; y *Otros Pasivos por Arrendamientos, Corriente* que aumentó MM \$996 por las renovaciones de contratos de arrendamientos.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 4,5%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM \$2.722, asociado a las renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones de largo plazo.

- **Patrimonio**

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

	Mar-26 MM\$	Dic-25 MM\$	Variación MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	25.444	25.250	194	0,8%
Utilidades Acumuladas	209.906	205.844	4.062	2,0%
Participaciones no Controladas	726	803	(78)	-9,7%
Total Patrimonio	260.319	256.140	4.178	1,6%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$4.178 debido, principalmente, al crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. La utilidad neta de la compañía alcanzó MM \$4.140 al 31 de marzo 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.	(322)
Uruforus S.A.	(400)
Forus Colombia S.A.S.	901
Eurus SL	16
Total diferencias de conversión	195

Razones Financieras

- **Índices de Endeudamiento y Liquidez**

	Unidad	Mar-26	Dic-25	Variación
Coeficiente endeudamiento	veces	0,50	0,51	-0,01
Cobertura de Intereses	veces	9,67	12,05	-2,39

	Unidad	Mar-26	Dic-25	Variación
Liquidez corriente	veces	3,29	3,16	0,13
Razón Ácida	veces	1,44	1,50	-0,06

La liquidez corriente presenta una leve mejora con respecto a diciembre, principalmente, por la disminución de 5,7% en el Pasivo Corriente. La razón ácida registró una pequeña disminución de 0,06%, explicado por el incremento de 5,1% en inventarios.

	Unidad	Mar-26	Dic-25
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	51,6%	54,2%
Pasivos No Corrientes	%	48,4%	45,8%

• Índices de Rentabilidad (periodo de 3M)

	Unidad	Mar-26	Mar-25	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	1,0%	1,4%	-0,3%
Rentabilidad s/Ventas	%	4,3%	5,3%	-1,0%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	1,6%	2,1%	-0,5%
Utilidad por Acción	\$	16,0	19,3	-3,3

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$16,0 en el periodo 1T26**, lo que equivale a una disminución de \$3,3 comparado con 1T25, lo que representa decrecimiento de 16,9%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Mar-26 MM\$	Mar-25 MM\$	Variación MM\$
Flujos de Operaciones	(10.981)	(4.345)	(6.636)
Flujos de Inversión	2.882	4.803	(1.920)
Flujos de Financiamiento	(5.617)	(4.586)	(1.031)

Las **actividades de operaciones** generaron una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM \$6.636, debido principalmente al incremento en impuestos a las ganancias pagadas, dado que en el mismo periodo del año pasado se percibió un reembolso de impuestos.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM \$1.920, principalmente, por una menor entrada de efectivo por actividades de inversión.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM \$1.031, principalmente por menor importes procedentes de préstamos.

VI. Indicadores

1T26					
Ingresos	Total	Chile	Perú	Colombia	Uruguay
Ventas (CLP MM)	94.922	66.361	10.299	9.691	8.572
% del Consolidado	100,0%	69,9%	10,8%	10,2%	9,0%
DTC, % Ing. Total	74,1%	72,1%	77,1%	81,8%	77,8%
Wholesale, % Ing. Total	25,9%	27,9%	22,9%	18,2%	22,2%
Digital, % de DTC	22,3%	22,1%	11,7%	35,2%	21,6%
Digital, % de Ing. Total	16,6%	15,9%	9,0%	28,8%	16,8%
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	430	266	64	54	46
% del total	100%	62%	15%	13%	11%
Superficie de venta (m2)	45.421	30.698	5.345	4.192	5.187
% del total	100%	68%	12%	9%	11%
Sitios e-commerce*	51	22	10	9	9
<i>Marketplaces (de terceros)</i>	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%			
Colombia	10,8%	11,6%	8,5%	11,7%	8,7%			
Perú	5,2%	0,8%	-0,2%	17,2%	24,5%			
Uruguay	4,2%	2,2%	4,3%	5,0%	2,4%			

Variación de Número de Locales y Superficies

	Mar. 2026		Mar. 2025		Var.AA	
	Nº Locales	m2	Nº Locales	m2	Nº Locales	m2 %
Chile	266	30.698	267	30.550	-1	0,5%
Colombia	54	4.192	43	3.127	11	34,1%
Perú	64	5.345	58	4.674	6	14,4%
Uruguay	46	5.187	46	5.187	0	0,0%
Total	430	45.421	414	43.538	16	4,3%

Movimientos de tiendas 1T26, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	L'OCCITANE en Provence	Los Dominicos	Santiago	42
	1	Columbia	Paseo Alerce	Puerto Montt	111
	2				153
Perú					
	1	VANS	Plaza Norte	Lima	132
	1	VANS	Parque La Molina	Lima	91
	1	VANS	Trujillo	Trujillo	98
	1	VANS	Piura	Piura	91
	1	VANS	Jockey Plaza	Lima	86
	1	VANS	Salaverry	Lima	100
	1	VANS	Chiclayo	Chiclayo	85
	7				683
Colombia					
	1	Columbia	Zona T	Bogotá	100
	1				100
Total	10				935

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Funsport	Plaza Alameda	Santiago	54
	1	Funsport	Plaza Iquique	Iquique	79
	1	Shoe Express	Talcahuano	Talcahuano	180
	3				313
Total	3				313

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Ene-26 al 31-Mar-26)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	-1	-160
Perú	7	683
Uruguay	0	0
Colombia	1	100
Total	7	623

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
10	VANS	Vans.com.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
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
 31 de marzo de 2026 (no auditados) y 31 de diciembre de 2025

ACTIVOS		2026	2025
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	14.287.394	28.090.756
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	19.590.130	25.160.160
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	7.431.944	6.305.237
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	46.302.103	39.464.299
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(14 a)	269.696	259.002
Inventarios	(15)	123.651.572	117.598.755
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	8.475.496	7.142.029
Total de activos corrientes		<u>220.008.335</u>	<u>224.020.238</u>
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	223.133	225.231
Derechos por cobrar no corrientes	(30)	539.495	528.432
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	3.903.769	3.192.520
Plusvalía	(9)	2.729.911	2.732.922
Propiedades, plantas y equipos	(10)	72.504.627	69.782.486
Derechos de Uso	(11)	83.563.495	79.978.269
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	6.326.470	6.458.306
Total de activos no corrientes		<u>169.790.900</u>	<u>162.898.166</u>
Total de Activos		<u>389.799.235</u>	<u>386.918.404</u>

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
 31 de marzo de 2026 (no auditados) y 31 de diciembre de 2025

PASIVOS

		2026	2025
Pasivos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(17 b)	2.940.538	581.930
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(17 c)	19.852.953	18.857.204
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	20.941.653	27.984.403
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	(14 b)	18.403	-
Otras provisiones corrientes	(20)	11.539.802	9.976.546
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	9.779.386	10.628.368
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	1.759.735	2.824.792
Total de pasivos corrientes		<u>66.832.470</u>	<u>70.853.243</u>
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(17 c)	62.640.146	59.917.922
Otros pasivos no financieros no corrientes	(33)	7.940	6.921
Total de pasivos no corrientes		<u>62.648.086</u>	<u>59.924.843</u>
Total Pasivos		<u>129.480.556</u>	<u>130.778.086</u>
Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		209.906.313	205.844.207
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	8.057.852	7.863.782
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>259.593.116</u>	<u>255.336.940</u>
Participaciones no controladoras	(18)	725.563	803.378
Patrimonio total		<u>260.318.679</u>	<u>256.140.318</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>389.799.235</u>	<u>386.918.404</u>

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:

	Nota	01.01.2026 31.03.2026 M\$	01.01.2025 31.03.2025 M\$
Estados de Resultados Integrales			
Ingresos de actividades ordinarias		94.922.039	94.512.908
Costo de ventas	(15)	(44.209.137)	(45.277.660)
Ganancia bruta		50.712.902	49.235.248
Otros ingresos, por función	(26 a)	125.809	136.223
Costos de distribución		(1.240.546)	(1.317.871)
Gasto de administración	(23)	(43.574.361)	(40.081.383)
Otros gastos, por función	(26 b)	(186.078)	(56.370)
Otras ganancias (pérdidas)	(26 c)	5.814	128.412
Ingresos (gastos) financieros	(31 a)	269.372	715.890
Costos financieros	(31 b)	(1.448.860)	(1.364.385)
Diferencias de cambio	(24)	790.516	(762.362)
Resultados por unidades de reajuste	(25)	666.366	337.508
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		6.120.934	6.970.910
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	(2.058.828)	(1.980.967)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		4.062.106	4.989.943
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		4.139.904	4.984.620
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	(77.798)	5.323
Ganancia		4.062.106	4.989.943
Ganancia por acción básica y diluida	(16 g)	\$ 16,0170	\$ 19,2852

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 31.03.2026 M\$	01.01.2025 31.03.2025 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		104.829.480	104.134.289
Otros cobros por actividades de operación		24.888	20.108
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(93.214.782)	(96.525.818)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(17.177.181)	(15.809.900)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas		(6.963)	(222)
Otros pagos por actividades de operación		(30.346)	(14.903)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>(5.574.904)</u>	<u>(8.196.446)</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(2.134.578)	6.444.479
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)		<u>(3.271.549)</u>	<u>(2.593.422)</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>(10.981.031)</u>	<u>(4.345.389)</u>

(*) 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 31.03.2026 M\$	01.01.2025 31.03.2025 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(2.377.418)	(2.768.772)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	-	(436.417)
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(19.001)	(307.706)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		1.798	428
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión (*)		5.276.984	8.315.238
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>2.882.363</u>	<u>4.802.771</u>

(*) 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 31.03.2026 M\$	01.01.2025 31.03.2025 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		8.710.695	13.522.809
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(5.437.838)	(10.154.189)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(8.827.352)	(7.852.408)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(62.910)	(102.449)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(5.617.405)</u>	<u>(4.586.237)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(13.716.073)	(4.128.855)
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>(87.289)</u>	<u>92.455</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		<u>(13.803.362)</u>	<u>(4.036.400)</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		28.090.756	22.858.031
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u>14.287.394</u>	<u>18.821.631</u>

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 430 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 Norsegr, 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