



UNDER ARMOUR.

Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	2
II. Resultados Consolidados.....	3
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	5
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 julio del 2026: \$922,21/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 diferenciamos por la experiencia personalizada que le entregamos a nuestros clientes a través de nuestro ecosistema *phygital*, donde ofrecemos nuestro diversificado portafolio de marcas líderes, innovadoras y valoradas. En línea con eso, este trimestre continuamos invirtiendo en nuestra gente, infraestructura y tecnología, en cada uno de nuestros mercados, para seguir diferenciándonos y, así, continuar ganando la preferencia de nuestros clientes.

En 2T26 reportamos ingresos consolidados por MM \$115.384, un incremento de 3,3%, impulsado por nuestras filiales internacionales que crecieron un robusto 14,9%. En Chile nuestros ingresos decrecieron 1,1%, explicado por el desafiante entorno macroeconómico y por la caída en la venta a turistas. Nuestro EBITDA consolidado alcanzó MM \$19.613, una disminución de 11,2%, con un margen EBITDA de 17,0% una contracción de 279 pb, explicado principalmente por el GAV/ingresos que se deterioró en 348 pb. Nuestra utilidad neta fue MM \$7.465, un decrecimiento de 26,7%.

Este trimestre, nuestras filiales internacionales continuaron su trayectoria de crecimiento y rentabilidad, impulsado, en parte, por la incorporación de nuevas marcas en los últimos años, incluyendo VANS y Parfois, más recientemente. En su conjunto, las filiales representaron un 31,2% de nuestros ingresos consolidados y un 41,1% del EBITDA este trimestre. Los ingresos de las filiales alcanzaron MM \$35.986, destacando el desempeño de Colombia y Perú, que crecieron 32,1% y 13,6%, respectivamente. El EBITDA de las filiales creció un 17,2%, con un sólido margen EBITDA de 22,4%. El margen bruto de las filiales se elevó a 56,9%, una expansión de 175 pb, explicado principalmente por Colombia, que aumentó su margen bruto en 553 pb, y por Uruguay, que registró una mejora de 143 pb. El GAV de las filiales aumentó 21,7%, explicado por mayores gastos relacionados a la apertura y maduración de nuevas marcas/tiendas y, también, por el fuerte crecimiento del canal digital (que tiene más gasto variable). La venta digital de las filiales (29% del DTC) aumentó 24,9%, con alzas de doble dígito en los tres países. Durante el trimestre, nuestras filiales abrieron cinco tiendas (tres en Perú y dos en Colombia), con lo cual incrementamos la superficie de venta en un 15,1% en los últimos doce meses (21 tiendas adicionales, neto).

En Chile el consumo local siguió presionado por factores macroeconómicos este trimestre: la variación del PIB fue -0,2%, el desempleo alcanzó 9,4%, la ocupación informal llegó a 27,0%, la inflación subió a 4,3% y la confianza del consumidor se deterioró a 41,2 puntos. Dentro de este contexto, registramos MM \$79.398 en ingresos, con variaciones de 0,0% y -6,9% en los segmentos DTC y *wholesale*. La venta digital (36% del DTC) sobresalió este trimestre, con un alza de 19,0%, impulsado por la adopción de nuevas herramientas de gestión (nueva plataforma y otras tecnologías apalancadas en IA), optimizaciones en la publicidad pagada, una mayor integración con los *marketplaces* y, también, por un exitoso evento Cyber Day (1-3 de junio), donde registramos un alza de 25% con respecto al mismo evento del año anterior. El EBITDA de Chile decreció 24,1% con un margen EBITDA de 14,5%, explicado por mayores descuentos y por el deterioro en el GAV/ingresos por la caída en los ingresos.

II. Resultados Consolidados

FORUS S.A. Y FILIALES						
RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS						
	2T26	% Ing.	2T25	% Ing.	Var %	Var pb
	MM\$		MM\$			
Ingresos	115.384		111.645		3,3%	
Costos de ventas	(52.907)		(50.858)		4,0%	
Ganancia Bruta	62.477	54,1%	60.787	54,4%	2,8%	(30)
Gasto de Administración y Ventas (GAV)	(51.583)	-44,7%	(46.021)	-41,2%	12,1%	(348)
Resultado Operacional	10.894	9,4%	14.766	13,2%	-26,2%	(378)
Depreciación y Amortización	8.718	7,6%	7.328	6,6%		
EBITDA	19.613	17,0%	22.094	19,8%	-11,2%	(279)
Otros Ingresos, por función	446		290		54,0%	
Otros Gastos, por función	(115)		(110)		5,2%	
Ingresos financieros	466		825		-43,5%	
Gastos financieros	(1.415)		(1.378)		2,7%	
Diferencias de cambio	(6)		(536)		-98,8%	
Resultados por unidades de reajuste	598		89		572,5%	
Otras ganancias y pérdidas	(153)		70		-316,9%	
Resultado No Operacional	(179)	-0,2%	(750)	-0,7%	-76,2%	52
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	10.716	9,3%	14.016	12,6%	-23,6%	(327)
Impuesto a la Renta	(3.260)		(3.786)		-13,9%	
Ganancia (pérdida) antes de Interés Minoritario	7.455	6,5%	10.231	9,2%	-27,1%	(270)
Interés Minoritario	(10)		48		-121,0%	
Ganancia (Pérdida) Neta	7.465	6,5%	10.183	9,1%	-26,7%	(265)

Ingresos: Este trimestre, nuestros ingresos consolidados aumentaron 3,3%, impulsado por nuestras filiales internacionales, que, en su conjunto, reportaron un robusto crecimiento de 14,9%, destacando las alzas de 32,1% en Colombia y 13,6% en Perú. En Chile nuestros ingresos decrecieron 1,1%, presionados por la menor venta a turistas y el desafiante entorno macroeconómico. A nivel consolidado, la venta del segmento DTC aumentó 4,5%, mientras que el segmento *wholesale* decreció 3,0%. Dentro del segmento DTC, destacamos el sostenido crecimiento del canal digital, que registró un alza de 20,6%, impulsado por el continuo fortalecimiento de nuestro ecosistema *phygital*. Este trimestre, a nivel consolidado, la venta digital representó 34% del segmento DTC y 29% de los ingresos totales.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA consolidado decrecieron 26,2% y 11,2%, respectivamente, presionado por Chile, dado que las filiales internacionales, en su conjunto, registraron alzas de 9,8% y 17,2% en resultado operacional y EBITDA, respectivamente.

Utilidad Neta: Nuestra utilidad neta decreció 26,7%. Este trimestre, la pérdida no operacional decreció 76,2%, impulsada principalmente por i) una menor pérdida por el impacto de la variación de tipo de

cambio en el valor contable de los activos denominados en USD (-98,8%) y ii) una mayor ganancia en activos ajustados por inflación (572,5%).

FORUS S.A. Y FILIALES						
RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS						
	6M26	% Ing.	6M25	% Ing.	Var %	Var pb
	MM\$		MM\$			
Ingresos	210.306		206.158		2,0%	
Costos de ventas	(97.116)	-46,2%	(96.136)	-46,6%	1,0%	
Ganancia Bruta	113.190	53,8%	110.022	53,4%	2,9%	45
Gasto de Administración y Ventas (GAV)	(96.398)	-45,8%	(87.420)	-42,4%	10,3%	(343)
Resultado Operacional	16.792	8,0%	22.602	11,0%	-25,7%	(298)
Depreciación y Amortización	16.824	8,0%	14.488	7,0%		
EBITDA	33.616	16,0%	37.090	18,0%	-9,4%	(201)
Otros Ingresos, por función	572		426		34,3%	
Otros Gastos, por función	(301)		(166)		81,6%	
Ingresos financieros	736		1.541		-52,3%	
Gastos financieros	(2.864)		(2.743)		4,4%	
Diferencias de cambio	784		(1.298)		-160,4%	
Resultados por unidades de reajuste	1.264		426		196,5%	
Otras ganancias y pérdidas	(147)		199		-174,0%	
Resultado No Operacional	44	0,0%	(1.615)	-0,8%	-102,7%	80
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	16.836	8,0%	20.987	10,2%	-19,8%	(217)
Impuesto a la Renta	(5.319)		(5.767)		-7,8%	
Ganancia (pérdida) antes de Interés Minoritario	11.517	5,5%	15.221	7,4%	-24,3%	(191)
Interés Minoritario	(88)		53		-265,1%	
Ganancia (Pérdida) Neta	11.605	5,5%	15.168	7,4%	-23,5%	(184)

III. Hechos Relevantes del 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, ascendente 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, ascendente 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".

Aperturas y remodelaciones de tiendas

FORUS abrió diez tiendas nuevas durante el segundo trimestre, incluyendo cinco en Chile, tres en Perú y dos en Colombia, con lo cual incrementamos nuestra superficie de ventas en 2,2% con respecto a marzo y 6,5% a/a. También continuamos avanzando en nuestro plan de remodelaciones, con la reapertura de tres tiendas remodeladas en Chile y una en Uruguay durante el segundo trimestre. Además, a la fecha de este reporte, completamos otras seis remodelaciones adicionales en Chile (13 remodelaciones completadas en Chile este año a la fecha).

Hechos Posteriores al Periodo

Situación de nuestra filial tras el terremoto en Colombia

El 10 de agosto de este año, un terremoto de magnitud 7,4 en la escala Richter, con epicentro en el departamento de Chocó, provocó una severa catástrofe humanitaria en el occidente de Colombia. Nuestra primera preocupación, como empresa, fue el bienestar de nuestros colaboradores y sus familias que se encontraban en las zonas afectas. En cuanto a nuestras operaciones en el país, cerramos 6 tiendas, temporalmente, en la ciudad de Cali, una de las ciudades más afectadas por el terremoto. De estos locales, tres tiendas volvieron a abrir el fin de semana siguiente, y otros tres locales siguen cerrados a la fecha de este reporte (dos tiendas sufrieron deterioros a su infraestructura y/o mercadería y una tienda está a la espera de la reapertura del centro comercial). FORUS cuenta con seguros multi-riesgo que cubren nuestras instalaciones e inventario, y hemos iniciado el proceso de activación.

IV. Resultados por País y Segmento

Chile									
Total (MM \$)		2T26	2T25	(%, pb)	Total (MM \$)		6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos		79.398	80.317	-1,1%	Ingresos		145.759	150.642	-3,2%
Costos		(37.380)	(36.793)	1,6%	Costos		(68.670)	(70.467)	-2,6%
Ganancia Bruta		42.017	43.524	-3,5%	Ganancia Bruta		77.089	80.175	-3,8%
Margen Bruto		52,9%	54,2%	-127	Margen Bruto		52,9%	53,2%	-33
GAV		(36.129)	(33.319)	8,4%	GAV		(67.141)	(63.491)	5,8%
GAV/Ingresos		-45,5%	-41,5%	-402	GAV/Ingresos		-46,1%	-42,1%	-392
Resultado Operacional		5.889	10.205	-42,3%	Resultado Operacional		9.948	16.685	-40,4%
Margen Operacional		7,4%	12,7%	-529	Margen Operacional		6,8%	11,1%	-425
EBITDA		11.551	15.215	-24,1%	EBITDA		20.830	26.694	-22,0%
Margen EBITDA		14,5%	18,9%	-440	Margen EBITDA		14,3%	17,7%	-343
DTC (MM \$)		2T26	2T25	(%, pb)	DTC (MM \$)		6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos		67.306	67.323	0,0%	Ingresos		115.120	118.106	-2,5%
Costos		(30.816)	(29.693)	3,8%	Costos		(51.752)	(51.701)	0,1%
Ganancia Bruta		36.490	37.630	-3,0%	Ganancia Bruta		63.368	66.404	-4,6%
Margen Bruto		54,2%	55,9%	-168	Margen Bruto		55,0%	56,2%	-118
GAV		(30.819)	(27.467)	12,2%	GAV		(56.181)	(51.572)	8,9%
GAV/Ingresos		-45,8%	-40,8%	-499	GAV/Ingresos		-48,8%	-43,7%	-514
Resultado Operacional		5.671	10.163	-44,2%	Resultado Operacional		7.187	14.832	-51,5%
Margen Operacional		8,4%	15,1%	-667	Margen Operacional		6,2%	12,6%	-632
EBITDA		10.562	14.461	-27,0%	EBITDA		16.562	23.412	-29,3%
Margen EBITDA		15,7%	21,5%	-579	Margen EBITDA		14,4%	19,8%	-544
Wholesale (MM \$)		2T26	2T25	(%, pb)	Wholesale (MM \$)		6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos		12.092	12.994	-6,9%	Ingresos		30.638	32.537	-5,8%
Costos		(6.565)	(7.100)	-7,5%	Costos		(16.917)	(18.766)	-9,8%
Ganancia Bruta		5.527	5.894	-6,2%	Ganancia Bruta		13.721	13.771	-0,4%
Margen Bruto		45,7%	45,4%	35	Margen Bruto		44,8%	42,3%	246
GAV		(5.310)	(5.853)	-9,3%	GAV		(10.960)	(11.919)	-8,0%
GAV/Ingresos		-43,9%	-45,0%	113	GAV/Ingresos		-35,8%	-36,6%	86
Resultado Operacional		218	42	420,1%	Resultado Operacional		2.760	1.852	49,0%
Margen Operacional		1,8%	0,3%	148	Margen Operacional		9,0%	5,7%	332
EBITDA		989	755	31,0%	EBITDA		4.268	3.282	30,0%
Margen EBITDA		8,2%	5,8%	237	Margen EBITDA		13,9%	10,1%	384

Ingresos: Nuestros ingresos en Chile (68,8% de FORUS consolidado) decrecieron 1,1%, con variaciones de 0,0% y -6,9% en los segmentos DTC (85% del ingreso de Chile) y *wholesale* (15% del ingreso de Chile), respectivamente, presionado por el desafiante entorno macroeconómico y por la menor venta a turistas; excluyendo el efecto de los turistas, la venta DTC en Chile creció 3,3%. Dentro del segmento DTC, la venta del canal digital (36% del DTC) sobresalió, con un crecimiento de 19,0%, registrando alzas de doble dígito en cada uno de los tres meses del periodo. El canal digital fue impulsado, principalmente, por la adopción de nuevas herramientas de gestión (nueva plataforma y otras tecnologías apalancadas en IA), optimizaciones en la publicidad pagada, una mayor integración con los *marketplaces* y, también, por un exitoso evento Cyber Day (1-3 de junio), donde registramos un alza de 25% con respecto al mismo evento del año anterior. En cuanto a nuestro canal presencial, este trimestre continuamos expandiendo nuestra flota de tiendas, con la inauguración de cinco nuevos locales (uno en Santiago y cuatro en regiones) de las cadenas Under Armour, PARFOIS, Merrell, Columbia y CAT. Con estas aperturas, nuestra superficie de ventas aumentó 2,8%. Además, para seguir elevando la experiencia del consumidor en nuestras tiendas actuales, continuamos ejecutando nuestro plan de inversión en remodelaciones. Durante este

trimestre, completamos tres remodelaciones (dos Hush Puppies y una Merrell) y, después del cierre del periodo, terminamos otras seis, con lo cual llevamos 13 tiendas remodeladas este año, a la fecha de este reporte. La venta en tiendas registró una variación de -8,4% (SSS -9,1%), explicado por el fuerte decrecimiento (-78%) de la venta a turistas y por el desafiante entorno macroeconómico que siguió presionando el consumo en Chile. Este trimestre, el PIB tuvo una variación de -0,2%, el desempleo alcanzó 9,4% (un alza de 0,5 puntos porcentuales en doce meses), la tasa de ocupación informal se ubicó en 27,0% (un aumento de 1,0 puntos porcentuales en doce meses) y la inflación a doce meses subió a 4,3% (junio). Dentro de este contexto, la confianza del consumidor se deterioró, registrando 41,2 puntos en junio, comparado con 48,8 puntos en marzo (50 es neutral). Como consecuencia de este complejo escenario para el consumo, varios clientes *wholesale* ajustaron a la baja sus compras de inventario este trimestre, lo que explica la caída en ventas en ese segmento.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA decrecieron 42,3% y 24,1%, respectivamente. El margen bruto tuvo una contracción de 127 pb, explicado principalmente por mayores descuentos en nuestro segmento DTC, particularmente en el evento Cyber Day. Esto fue parcialmente mitigado por la apreciación del CLP/USD en el costo promedio de la colección de invierno 2026. Este trimestre el GAV aumentó 8,4%, explicado, principalmente, por el crecimiento del canal digital, que tiene un mayor componente de gasto variable.

Peru								
Total (MM \$)	2T26	2T25	(%, pb)	Total (MM \$)	6M26	6M25	(%, pb)	
Ingresos	11.838	10.423	13,6%	Ingresos	22.137	18.768	18,0%	
Costos	(4.908)	(4.265)	15,1%	Costos	(9.317)	(7.851)	18,7%	
Ganancia Bruta	6.931	6.158	12,5%	Ganancia Bruta	12.820	10.917	17,4%	
Margen Bruto	58,5%	59,1%	-54	Margen Bruto	57,9%	58,2%	-26	
GAV	(5.025)	(4.405)	14,1%	GAV	(9.679)	(8.352)	15,9%	
GAV/Ingresos	-42,4%	-42,3%	-19	GAV/Ingresos	-43,7%	-44,5%	78	
Resultado Operacional	1.906	1.754	8,7%	Resultado Operacional	3.140	2.565	22,4%	
Margen Operacional	16,1%	16,8%	-73	Margen Operacional	14,2%	13,7%	52	
EBITDA	3.011	2.637	14,2%	EBITDA	5.266	4.256	23,7%	
Margen EBITDA	25,4%	25,3%	13	Margen EBITDA	23,8%	22,7%	111	
DTC (MM \$)	2T26	2T25	(%, pb)	DTC (MM \$)	6M26	6M25	(%, pb)	
Ingresos	10.102	9.013	12,1%	Ingresos	18.046	15.511	16,3%	
Costos	(4.061)	(3.532)	15,0%	Costos	(7.288)	(6.133)	18,8%	
Ganancia Bruta	6.041	5.481	10,2%	Ganancia Bruta	10.757	9.378	14,7%	
Margen Bruto	59,8%	60,8%	-101	Margen Bruto	59,6%	60,5%	-85	
GAV	(4.460)	(3.896)	14,5%	GAV	(8.458)	(7.341)	15,2%	
GAV/Ingresos	-44,1%	-43,2%	-93	GAV/Ingresos	-46,9%	-47,3%	46	
Resultado Operacional	1.581	1.585	-0,3%	Resultado Operacional	2.300	2.037	12,9%	
Margen Operacional	15,7%	17,6%	-194	Margen Operacional	12,7%	13,1%	-39	
EBITDA	2.638	2.421	8,9%	EBITDA	4.329	3.635	19,1%	
Margen EBITDA	26,1%	26,9%	-75	Margen EBITDA	24,0%	23,4%	55	
Wholesale (MM \$)	2T26	2T25	(%, pb)	Wholesale (MM \$)	6M26	6M25	(%, pb)	
Ingresos	1.736	1.410	23,2%	Ingresos	4.091	3.257	25,6%	
Costos	(847)	(733)	15,6%	Costos	(2.029)	(1.718)	18,1%	
Ganancia Bruta	890	677	31,4%	Ganancia Bruta	2.062	1.539	34,0%	
Margen Bruto	51,2%	48,0%	320	Margen Bruto	50,4%	47,3%	315	
GAV	(565)	(509)	11,1%	GAV	(1.222)	(1.011)	20,8%	
GAV/Ingresos	-32,5%	-36,1%	354	GAV/Ingresos	-29,9%	-31,0%	119	
Resultado Operacional	325	168	92,7%	Resultado Operacional	841	528	59,2%	
Margen Operacional	18,7%	11,9%	674	Margen Operacional	20,5%	16,2%	433	
EBITDA	373	216	72,9%	EBITDA	937	622	50,7%	
Margen EBITDA	21,5%	15,3%	618	Margen EBITDA	22,9%	19,1%	382	

Ingresos: En Perú nuestros ingresos aumentaron 13,6% (12,0% en moneda local), con un sólido desempeño en el segmento *wholesale* (15% del ingreso de Perú), que registró un alza de 23,2%, y con un crecimiento de 12,1% en el segmento DTC (85% del ingreso de Perú). Este crecimiento fue impulsado, en parte, por la incorporación de la marca VANS a principios de este año (que mitigó la devolución de la marca Billabong a fines de 2025). Dentro del segmento DTC, el canal digital (19% del DTC) destacó por su crecimiento de 46,4%, explicado por la incorporación de VANS, la migración de nuestros sitios web a una nueva plataforma, optimizaciones en la publicidad pagada y por exitosos eventos ciber en abril y junio. La venta presencial (81% del DTC) creció 6,3%, con un SSS de -3,2%, presionado por el fenómeno de El Niño, que elevó las temperaturas promedias este invierno, reduciendo la demanda por vestuario/calzado de la temporada. Este trimestre abrimos tres tiendas (de las cadenas Parfois, VANS y Factory Brands), con lo cual aumentamos la superficie de ventas en 4,9% con respecto a marzo (16,1% a/a).

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Perú aumentaron 8,7% y 14,2%, respectivamente. El margen bruto se deterioró levemente (54 pb), con una mejora de 320 pb

en el segmento *wholesale*, lo que fue contrarrestado por una variación de -101 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 del inventario y ii) un *mix* de marcas con mayor margen bruto (VANS vs. Billabong). El GAV creció 14,1% este trimestre, explicado principalmente por la incorporación de nuevas marcas (arriendos, remuneraciones y depreciación) y por el fuerte crecimiento del canal digital, que tiene un componente mayor de gasto variable.

Colombia							
Total (MM \$)	2T26	2T25	(%, pb)	Total (MM \$)	6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos	10.793	8.168	32,1%	Ingresos	20.484	15.972	28,2%
Costos	(4.878)	(4.143)	17,7%	Costos	(9.408)	(8.310)	13,2%
Ganancia Bruta	5.915	4.025	47,0%	Ganancia Bruta	11.076	7.662	44,6%
Margen Bruto	54,8%	49,3%	553	Margen Bruto	54,1%	48,0%	610
GAV	(5.175)	(3.414)	51,6%	GAV	(9.925)	(6.666)	48,9%
GAV/Ingresos	-47,9%	-41,8%	-615	GAV/Ingresos	-48,5%	-41,7%	-672
Resultado Operacional	740	611	21,1%	Resultado Operacional	1.150	996	15,5%
Margen Operacional	6,9%	7,5%	-63	Margen Operacional	5,6%	6,2%	-62
EBITDA	1.981	1.324	49,5%	EBITDA	3.518	2.416	45,6%
Margen EBITDA	18,4%	16,2%	214	Margen EBITDA	17,2%	15,1%	205
DTC (MM \$)	2T26	2T25	(%, pb)	DTC (MM \$)	6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos	9.158	6.701	36,7%	Ingresos	17.085	12.441	37,3%
Costos	(3.941)	(3.120)	26,3%	Costos	(7.478)	(5.800)	28,9%
Ganancia Bruta	5.217	3.580	45,7%	Ganancia Bruta	9.607	6.642	44,6%
Margen Bruto	57,0%	53,4%	353	Margen Bruto	56,2%	53,4%	285
GAV	(4.421)	(2.804)	57,6%	GAV	(8.439)	(5.442)	55,1%
GAV/Ingresos	-48,3%	-41,9%	-642	GAV/Ingresos	-49,4%	-43,7%	-565
Resultado Operacional	796	776	2,6%	Resultado Operacional	1.168	1.199	-2,6%
Margen Operacional	8,7%	11,6%	-288	Margen Operacional	6,8%	9,6%	-280
EBITDA	1.858	1.788	3,9%	EBITDA	3.214	2.371	35,6%
Margen EBITDA	20,3%	26,7%	-640	Margen EBITDA	18,8%	19,1%	-24
Wholesale (MM \$)	2T26	2T25	(%, pb)	Wholesale (MM \$)	6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos	1.635	1.467	11,4%	Ingresos	3.399	3.531	-3,7%
Costos	(937)	(1.023)	-8,4%	Costos	(1.931)	(2.510)	-23,1%
Ganancia Bruta	698	445	57,0%	Ganancia Bruta	1.468	1.020	43,9%
Margen Bruto	42,7%	30,3%	1240	Margen Bruto	43,2%	28,9%	1431
GAV	(754)	(610)	23,8%	GAV	(1.486)	(1.224)	21,4%
GAV/Ingresos	-46,1%	-41,5%	-461	GAV/Ingresos	-43,7%	-34,7%	-905
Resultado Operacional	(56)	(165)	-65,9%	Resultado Operacional	(18)	(204)	-91,4%
Margen Operacional	-3,4%	-11,2%	779	Margen Operacional	-0,5%	-5,8%	526
EBITDA	123	(463)	-126,6%	EBITDA	303	45	576,0%
Margen EBITDA	7,5%	-31,6%	3910	Margen EBITDA	8,9%	1,3%	765

Ingresos: En Colombia nuestros ingresos aumentaron 32,1% (19,4% en moneda local), impulsado, principalmente, por el segmento DTC (85% del ingreso de Colombia), que creció 36,7% (23,5% en moneda local), y por el efecto favorable de la apreciación del COP, que aumentó la contribución de la filial al consolidar los resultados en CLP. La venta en tiendas creció 43,1% (29,6% en moneda local), explicado principalmente por el incremento, neto, de 13 tiendas en doce meses (incluyendo 8 tiendas VANS, marca que incorporamos en agosto 2025), equivalente a un alza de 38,8% a/a en la superficie de venta. Este trimestre registramos un SSS de -1,5%, presionado por i) el efecto de la Copa Mundial, que favoreció la categoría de tecnología (televisores) en desmedro de vestuario/calzado, y también

ii) el impacto negativo en el poder adquisitivo que tuvo el incremento de la inflación (6,14% en junio a doce meses) y las alzas de la tasa de interés (12,0% a junio). Durante el segundo trimestre, abrimos dos tiendas nuevas en Cali, de las cadenas CAT y Merrell; estas dos tiendas fueron afectadas por el terremoto del 10 de agosto y, a la fecha de este reporte, se encuentran cerradas temporalmente. El canal digital (34% del DTC) creció 25,5% (12,9% en moneda local), impulsado por la incorporación de la marca VANS (agosto 2025) y por una compra de inventario más acertado para el canal digital (profundidad y precio). El canal *wholesale*, a su vez, registró una variación de 11,4% (0,9% en moneda local).

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Colombia aumentaron 21,1% y 49,5%, respectivamente. El margen bruto de Colombia se expandió en 553 pb, con mejoras en ambos segmentos, explicado por i) el impacto favorable de la apreciación del COP/USD en el costo promedio del inventario, ii) menores descuentos por tener un inventario más saludable y iii) la variación del *mix* de segmentos (DTC tiene mejor margen bruto que *wholesale*). El GAV creció 51,6% (37,2% en moneda local) este trimestre, explicado principalmente por i) el aumento del salario mínimo en 23,7% (1 de enero 2026), lo que incrementó el gasto en sueldos base de nuestra fuerza de venta y ii) la apertura y proceso de maduración de 13 nuevas tiendas en los últimos doce meses (arriendos, remuneraciones y depreciación). Para mitigar estas presiones de gastos, se están implementando nuevas medidas de eficiencia, incluyendo modificaciones de horarios y turnos, entre otras.

Uruguay									
Total (MM \$)		2T26	2T25	(%, pb)	Total (MM \$)		6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos		13.355	12.737	4,9%	Ingresos		21.927	20.776	5,5%
Costos		(5.741)	(5.657)	1,5%	Costos		(9.721)	(9.507)	2,2%
Ganancia Bruta		7.614	7.080	7,5%	Ganancia Bruta		12.206	11.268	8,3%
Margen Bruto		57,0%	55,6%	143	Margen Bruto		55,7%	54,2%	143
GAV		(5.254)	(4.883)	7,6%	GAV		(9.652)	(8.911)	8,3%
GAV/Ingresos		-39,3%	-38,3%	-100	GAV/Ingresos		-44,0%	-42,9%	-113
Resultado Operacional		2.360	2.196	7,5%	Resultado Operacional		2.554	2.357	8,4%
Margen Operacional		17,7%	17,2%	43	Margen Operacional		11,6%	11,3%	30
EBITDA		3.070	2.917	5,3%	EBITDA		4.003	3.724	7,5%
Margen EBITDA		23,0%	22,9%	9	Margen EBITDA		18,3%	17,9%	33
DTC (MM \$)		2T26	2T25	(%, pb)	DTC (MM \$)		6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos		12.318	11.592	6,3%	Ingresos		18.984	17.957	5,7%
Costos		(5.158)	(4.966)	3,9%	Costos		(8.029)	(7.743)	3,7%
Ganancia Bruta		7.160	6.625	8,1%	Ganancia Bruta		10.955	10.213	7,3%
Margen Bruto		58,1%	57,2%	97	Margen Bruto		57,7%	56,9%	83
GAV		(5.022)	(4.667)	7,6%	GAV		(8.918)	(8.263)	7,9%
GAV/Ingresos		-40,8%	-40,3%	-50	GAV/Ingresos		-47,0%	-46,0%	-96
Resultado Operacional		2.138	1.958	9,2%	Resultado Operacional		2.037	1.950	4,5%
Margen Operacional		17,4%	16,9%	47	Margen Operacional		10,7%	10,9%	-13
EBITDA		2.828	2.662	6,2%	EBITDA		3.438	3.275	5,0%
Margen EBITDA		23,0%	23,0%	0	Margen EBITDA		18,1%	18,2%	-13
Wholesale (MM \$)		2T26	2T25	(%, pb)	Wholesale (MM \$)		6M26	6M25	(%, pb)
Ingresos		1.037	1.145	-9,4%	Ingresos		2.943	2.819	4,4%
Costos		(583)	(691)	-15,6%	Costos		(1.692)	(1.764)	-4,1%
Ganancia Bruta		454	454	-0,1%	Ganancia Bruta		1.251	1.055	18,6%
Margen Bruto		43,8%	39,7%	410	Margen Bruto		42,5%	37,4%	508
GAV		(232)	(216)	7,4%	GAV		(734)	(648)	13,3%
GAV/Ingresos		-22,4%	-18,9%	-350	GAV/Ingresos		-24,9%	-23,0%	-195
Resultado Operacional		222	238	-6,9%	Resultado Operacional		517	407	27,0%
Margen Operacional		21,4%	20,8%	59	Margen Operacional		17,6%	14,4%	313
EBITDA		242	255	-4,9%	EBITDA		565	449	26,0%
Margen EBITDA		23,4%	22,3%	111	Margen EBITDA		19,2%	15,9%	329

Ingresos: En Uruguay nuestros ingresos aumentaron 4,9% (6,3% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (92% del ingreso de Uruguay), que creció 6,3%, lo que fue contrarrestado parcialmente por la variación de -9,4% en el segmento *wholesale* (8% del ingreso). Dentro del segmento DTC, la venta presencial creció 1,7% con un SSS de 2,9%. No realizamos aperturas de tiendas nuevas, ni cierres definitivos, en los últimos 12 meses. El canal digital (34% del DTC) registró un alza de 16,7%, impulsado por la migración de nuestros sitios web a una nueva plataforma y por la preferencia de nuestros consumidores.

Resultado Operacional y EBITDA: El resultado operacional y EBITDA de Uruguay aumentaron 7,5% y 5,3%, respectivamente. El margen bruto se expandió 143 pb, impulsado principalmente por la mejora de 410 pb en el segmento *wholesale* explicado por el impacto favorable de la apreciación del UYU/USD en el costo promedio del inventario. El margen bruto del canal DTC, a su vez, registró una expansión menor, de 97 pb. El GAV creció 7,6% este trimestre.

V. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Jun-26 MM\$	Dic-25 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	225.736	224.020	1.716	0,8%
Activo No Corriente	178.939	162.898	16.041	9,8%
Total Activos	404.675	386.918	17.757	4,6%

El **Activo Corriente** presentó un leve aumento de 0,8% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otros Activos Financieros Corrientes*, que aumentó MM \$10.124, por la inversión de excedentes de efectivo y equivalentes en instrumentos financieros de fácil liquidación; *Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar*, que se incrementó en MM\$ 9.303, producto de las ventas; *Activos por Impuestos Corrientes*, que disminuyó MM\$ 6.984, por el recupero de excedentes de impuestos que se encontraban activados al 31 de diciembre 2025; e *Inventarios*, que disminuyó MM \$5.704, producto de las ventas.

El **Activo No Corriente** aumentó 9,8% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Derechos de Uso*, que aumentó MM \$8.853, principalmente, por el incremento en derechos de uso por las renovaciones de contratos de arrendamiento; y *Propiedades, Planta y Equipos*, que aumentó MM \$5.964, explicado por inversiones en el nuevo centro de distribución, la apertura de nuevas tiendas y la remodelación de tiendas.

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

	Jun-26 MM\$	Dic-25 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	68.059	70.853	(2.795)	-3,9%
Pasivo No Corriente	67.043	59.925	7.118	11,9%
Patrimonio	269.573	256.140	13.433	5,2%
Total Patrimonio y Pasivos	404.675	386.918	17.757	4,6%

El **Pasivo Corriente** presentó una disminución de 3,9%, con variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otras Provisiones a Corto Plazo*, que disminuyó MM \$5.824, debido al pago de los dividendos que se encontraban provisionados; *Otros Pasivos No Financieros, Corriente*, que aumentó MM \$2.413, por el incremento en IVA devengada; *Otros Pasivos por Arrendamientos, Corriente* que aumentó MM \$2.323 por las renovaciones de contratos de arrendamientos; y *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que disminuyó MM \$1.503, principalmente por el pago de la compra de inventarios.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 11,9%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM \$7.092, asociado a las renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones de largo plazo.

• Patrimonio

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

	Jun-26 MM\$	Dic-25 MM\$	Variación MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	27.254	25.250	2.004	7,9%
Utilidades Acumuladas	217.362	205.844	11.517	5,6%
Participaciones no Controladas	716	803	(88)	-10,9%
Total Patrimonio	269.573	256.140	13.433	5,2%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$13.433 debido, principalmente, al crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. La utilidad neta de la compañía alcanzó MM \$11.650 al 30 de junio 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.	118
Uruforus S.A.	(258)
Forus Colombia S.A.S.	2.133
Eurus SL	11
Total diferencias de conversión	2.004

Razones Financieras

• Índices de Endeudamiento y Liquidez

	Unidad	Jun-26	Dic-25	Variación
Coefficiente endeudamiento	veces	0,50	0,51	-0,01
Cobertura de Intereses	veces	11,74	12,05	-0,31

	Unidad	Jun-26	Dic-25	Variación
Liquidez corriente	veces	3,32	3,16	0,16
Razón Ácida	veces	1,67	1,50	0,17

La liquidez corriente presenta una leve mejora con respecto a diciembre, principalmente, por la disminución de 3,9% en el Pasivo Corriente. La razón ácida registró una variación de 11,4%, explicado por la disminución de 4,9% en inventarios.

	Unidad	Jun-26	Dic-25
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	50,4%	54,2%
Pasivos No Corrientes	%	49,6%	45,8%

- **Índices de Rentabilidad (periodo de 6M)**

	Unidad	Jun-26	Jun-25	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	2,9%	4,1%	-1,2%
Rentabilidad s/Ventas	%	5,5%	7,4%	-1,8%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	4,3%	6,0%	-1,7%
Utilidad por Acción	\$	44,9	58,7	-13,8

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$44,9 en el periodo 6M26**, lo que equivale a una disminución de \$13,8 comparado con 6M25, lo que representa decrecimiento de 23,5%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Jun-26 MM\$	Jun-25 MM\$	Variación MM\$
Flujos de Operaciones	39.123	28.233	10.890
Flujos de Inversión	(21.178)	(4.783)	(16.395)
Flujos de Financiamiento	(24.148)	(22.325)	(1.823)

Los **flujos de operaciones** generaron un aumento respecto al mismo periodo del año pasado por MM \$10.890, debido a una disminución de pagos a proveedores y por mayores cobros por ventas.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM \$16.395, principalmente, por una mayor salida de efectivo por actividades de inversión y por mayores inversiones en propiedad, planta y equipo.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación negativa respecto al mismo periodo del año pasado por MM \$1.823, principalmente por menores importes procedentes de préstamos.

VI. Indicadores

Ingresos					
2T26	Total	Chile	Perú	Colombia	Uruguay
Ventas (CLP MM)	115.384	79.398	11.838	10.793	13.355
% del Consolidado	100,0%	68,8%	10,3%	9,4%	11,6%
DTC, % Ing. Total	85,7%	84,8%	85,3%	84,9%	92,2%
Wholesale, % Ing. Total	14,3%	15,2%	14,7%	15,1%	7,8%
Digital, % de DTC	33,9%	36,2%	18,8%	33,5%	33,6%
Digital, % de Ing. Total	29,0%	30,7%	16,0%	28,5%	31,0%
6M 2026	Total	Chile	Perú	Colombia	Uruguay
Ventas (CLP MM)	210.306	145.759	22.137	20.484	21.927
% del Consolidado	100,0%	69,3%	10,5%	9,7%	10,4%
DTC, % Ing. Total	80,5%	79,0%	81,5%	83,4%	83,4%
Wholesale, % Ing. Total	19,5%	21,0%	18,5%	16,6%	16,6%
Digital, % de DTC	29,1%	30,3%	15,7%	34,3%	29,4%
Digital, % de Ing. Total	23,4%	24,0%	12,8%	28,6%	25,5%
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	440	271	67	56	46
% del total	100%	62%	15%	13%	10%
Superficie de venta (m2)	46.410	31.278	5.606	4.339	5.187
% del total	100%	67%	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%	-9,1%		
Colombia	10,8%	11,6%	8,5%	11,7%	8,7%	-1,5%		
Perú	5,2%	0,8%	-0,2%	17,2%	24,5%	-3,2%		
Uruguay	4,2%	2,2%	4,3%	5,0%	2,4%	2,9%		

Variación de Número de Locales y Superficies

	Jun. 2026		Jun. 2025		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	271	31.278	265	30.434	6	2,8%
Colombia	56	4.339	43	3.127	13	38,8%
Perú	67	5.606	59	4.829	8	16,1%
Uruguay	46	5.187	46	5.187	0	0,0%
Total	440	46.410	413	43.577	27	6,5%

Movimientos de tiendas 2T26, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Under Armour	Paseo Alerce	Puerto Montt	154
	1	Parfois	Alto Las Condes	Santiago	125
	1	Merrell	Mallplaza Bío Bío	Concepción	110
	1	Columbia	Mallplaza Bío Bío	Concepción	110
	1	CAT	Paseo Valdivia	Valdivia	66
	5				565
Perú					
	1	PARFOIS	San Miguel	Lima	94
	1	Factory Brand	Minka	Lima	89
	1	VANS	San Miguel	Lima	78
	3				261
Colombia					
	1	CAT	Limonar	Cali	74
	1	MERRELL	Limonar	Cali	74
	2				148
Total	10				973

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Total	0				0

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Abr-26 al 30-Jun-26)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	5	565
Perú	3	261
Uruguay	0	0
Colombia	2	148
Total	10	973

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

ACTIVOS		2026	2025
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	22.654.051	28.090.756
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	35.284.095	25.160.160
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	6.708.869	6.305.237
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	48.767.074	39.464.299
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(14 a)	269.696	259.002
Inventarios	(15)	111.894.780	117.598.755
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	157.646	7.142.029
Total de activos corrientes		<u>225.736.211</u>	<u>224.020.238</u>
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	294.648	225.231
Derechos por cobrar no corrientes	(30)	549.955	528.432
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	4.404.979	3.192.520
Plusvalía	(9)	2.730.627	2.732.922
Propiedades, plantas y equipos	(10)	75.746.133	69.782.486
Derechos de Uso	(11)	88.830.958	79.978.269
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	6.381.413	6.458.306
Total de activos no corrientes		<u>178.938.713</u>	<u>162.898.166</u>
Total de Activos		<u>404.674.924</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
30 de junio de 2026 (no auditados) y 31 de diciembre de 2025

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2026 M\$	2025 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(17 b)	1.204.846	581.930
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(17 c)	21.180.182	18.857.204
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	26.481.351	27.984.403
Otras provisiones corrientes	(20)	4.152.758	9.976.546
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	9.801.402	10.628.368
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	5.238.202	2.824.792
Total de pasivos corrientes		<u>68.058.741</u>	<u>70.853.243</u>
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17 b)	24.725	-
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(17 c)	67.009.879	59.917.922
Otros pasivos no financieros no corrientes	(33)	8.111	6.921
Total de pasivos no corrientes		<u>67.042.715</u>	<u>59.924.843</u>
Total Pasivos		<u>135.101.456</u>	<u>130.778.086</u>
Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		217.361.518	205.844.207
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	9.867.468	7.863.782
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>268.857.937</u>	<u>255.336.940</u>
Participaciones no controladoras	(18)	715.531	803.378
Patrimonio total		<u>269.573.468</u>	<u>256.140.318</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>404.674.924</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 30.06.2026 M\$	01.01.2025 30.06.2025 M\$	01.04.2026 30.06.2026 M\$	01.04.2025 30.06.2025 M\$
Estados de Resultados Integrales					
Ingresos de actividades ordinarias		210.306.170	206.157.890	115.384.131	111.644.982
Costo de ventas	(15)	(97.116.383)	(96.135.549)	(52.907.246)	(50.857.889)
Ganancia bruta		113.189.787	110.022.341	62.476.885	60.787.093
Otros ingresos, por función	(26 a)	572.193	426.018	446.384	289.795
Costos de distribución		(2.509.037)	(2.443.725)	(1.268.491)	(1.125.854)
Gasto de administración	(23)	(93.888.558)	(84.976.568)	(50.314.197)	(44.895.185)
Otros gastos, por función	(26 b)	(301.350)	(165.964)	(115.272)	(109.594)
Otras ganancias (pérdidas)	(26 c)	(147.115)	198.911	(152.929)	70.499
Ingresos (gastos) financieros	(31 a)	735.730	1.540.974	466.358	825.084
Costos financieros	(31 b)	(2.863.864)	(2.742.841)	(1.415.004)	(1.378.456)
Diferencias de cambio	(24)	784.262	(1.298.187)	(6.254)	(535.825)
Resultados por unidades de reajuste	(25)	1.264.396	426.440	598.030	88.932
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		16.836.444	20.987.399	10.715.510	14.016.489
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	(5.319.133)	(5.766.597)	(3.260.305)	(3.785.630)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		11.517.311	15.220.802	7.455.205	10.230.859
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		11.605.166	15.167.589	7.465.262	10.182.969
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	(87.855)	53.213	(10.057)	47.890
Ganancia		11.517.311	15.220.802	7.455.205	10.230.859
Ganancia por acción básica y diluida	(16 g)	\$ 44,8996	\$ 58,6824	\$ 28,8826	\$ 39,3973

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

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2026 30.06.2026 M\$	01.01.2025 30.06.2025 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		237.754.399	232.563.323
Otros cobros por actividades de operación		44.986	40.520
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(155.539.287)	(164.700.617)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(34.444.918)	(33.716.022)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas		(66.807)	(29.057)
Otros pagos por actividades de operación		(191.468)	(105.711)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>47.556.905</u>	<u>34.052.436</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		2.898.439	1.620.572
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)		<u>(11.332.291)</u>	<u>(7.440.224)</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>39.123.053</u>	<u>28.232.784</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 30.06.2026 M\$	01.01.2025 30.06.2025 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(10.965.721)	(6.054.315)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(1.501.266)	(1.076.507)
Importes procedentes de activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		141.752	-
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(158.002)	(328.470)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		1.804	429
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión (*)		<u>(8.696.428)</u>	<u>2.675.868</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>(21.177.861)</u>	<u>(4.782.995)</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 30.06.2026 M\$	01.01.2025 30.06.2025 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		12.581.843	19.228.719
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(11.135.418)	(17.863.905)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(18.446.680)	(15.418.219)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16 d)	(7.050.565)	(8.101.263)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(97.665)	(170.579)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(24.148.485)</u>	<u>(22.325.247)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(6.203.293)	1.124.542
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>766.588</u>	<u>484.523</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		(5.436.705)	1.609.065
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		<u>28.090.756</u>	<u>22.858.031</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u><u>22.654.051</u></u>	<u><u>24.467.096</u></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 440 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