

BIENVENIDOS A LA 12ª VERSIÓN

DE NUESTRO COLUMBIA SNOW CHALLENGE. SE PARTE DE UN EVENTO ÚNICO EN LA MONTAÑA Y ATREVETE A VIVIR LA AVENTURA. NOS VEMOS EL PRÓXIMO SÁBADO 24 DE AGOSTO EN VALLE NEVADO, DESDE LAS 9:00AM.



 Vive la aventura y descubre el outdoor con nosotros 

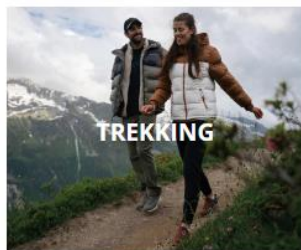
Etiquétanos como @columbia_chile en tus post de instagram y serás repostado por nosotros



INVIERNO



EQUIPAMIENTO



TREKKING



TRAIL RUNNING



URBAN ACTIVE



PUCÓN

17 DE MARZO 2024

VER MÁS



TORRENCIAL

21 Y 22 DE JUNIO 2024

VER MÁS



HUILO HUILO

16 Y 17 DE NOVIEMBRE 2024

VER MÁS

Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	2
II. Resumen de Resultados Consolidados.....	3
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	4
IV. Resultados Integrales.....	6
V. Análisis de Resultados Consolidados.....	8
VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....	14
VII. Resumen Países.....	19
VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados	30
- Estado Integral de Resultados Consolidados	32
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados	34
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados	35

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado el 1 de octubre del 2024: \$897,68/US\$.
- Simbología para trimestre: 1T, 2T, 3T y 4T.
- Simbología para periodos acumulados: 3M, 6M, 9M, 12M.
- Simbología monedas: CLP o \$: pesos chilenos. US\$: dólares de Estados Unidos. COP: pesos colombianos. UYU: pesos uruguayos. PEN: nuevos soles peruanos.
- Simbología unidades: M: miles. MM: millones.
- DTC (*Direct-to-Consumer* o Directo-al-Consumidor): los canales de venta que incluyen tiendas físicas + *e-commerce* propio + marketplace.
- Venta digital: ventas de *e-commerce* propios + marketplace.
- *Wholesale*: canal mayorista tradicional.
- Otras simbologías: SSS: *Same store sales*. GAV: Gastos de administración y ventas. AA: Año anterior. m2: metros cuadrados.

I. Resumen Ejecutivo

En FORUS, continuamos trabajando cada día, con pasión y en equipo, para ganar la preferencia de nuestros consumidores, ofreciendo productos innovadores y de calidad, de nuestras marcas líderes y pioneras, a través de un ecosistema *phygital* y sostenible, para que nuestros consumidores puedan inspirarse a cumplir sus sueños, creando experiencias únicas y memorables. Este trimestre nuestros Ingresos Consolidados alcanzaron MM \$79.989, un récord en ventas para un tercer trimestre, con un crecimiento de 9,9% con respecto al mismo periodo del año anterior. Nuestro EBITDA consolidado, a su vez, registró MM \$9.203, un decrecimiento de 14,2%, explicado por el deterioro de 282 puntos base en el margen bruto, que fue compensado, parcialmente, por una mayor eficiencia en el gasto, con una mejora de 39 puntos base en el GAV/ventas. La presión en el margen bruto se explica, principalmente, por la pronunciada depreciación de 14,7% del CLP/USD en el periodo 9M24, que impactó nuestro costo de venta en Chile. La Ganancia consolidada este trimestre alcanzó MM \$2.104, un decrecimiento de 56,4%, dado que registramos una Pérdida No Operacional de MM \$152, en comparación a una Ganancia No Operacional de MM\$ 2.126 el mismo periodo del año anterior, explicado principalmente por la volatilidad del CLP/USD, que generó una pérdida este trimestre en la cuenta Diferencias de Cambio.

Este trimestre continuamos ejecutando nuestra estrategia *One Forus*, invirtiendo en talentos, tecnología e infraestructura en todos nuestros países, impulsando el crecimiento rentable de nuestras filiales. Este trimestre, nuestras filiales, en su conjunto, registraron ventas por MM \$24.961, un crecimiento de 19,4%, y un EBITDA por MM \$4.405, un alza de 18,3%, con un margen EBITDA de 17,6%. El segmento Directo-al-Consumidor de las filiales sobresalió este trimestre (y compensó la caída en *wholesale*), registrando un aumento de 28,3% en los ingresos y un alza de 31,8% en EBITDA. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas de nuestras filiales creció 27,0%, impulsado por un aumento de 10,7% en la venta por m2 y por un crecimiento de 13,6% en la superficie de venta (15 aperturas, netas, en 12 meses); el canal digital, a su vez, aumentó 32,7%, con lo cual digital representó un 24% de la venta DTC de las filiales (19% del total).

Nuestras operaciones en Chile (68,8% del ingreso consolidado) generaron ventas por MM \$55.028 en 3T24, un crecimiento de 6,0%, dentro de un escenario macroeconómico que siguió presentando algunos desafíos, con bajo crecimiento económico, alto desempleo y una confianza del consumidor en zona pesimista. El segmento DTC creció 6,4% y el segmento *wholesale* aumentó 4,9%. Dentro del DTC, nuestro canal digital creció 8,7%, y representó un 23% de la venta DTC (17% del total). Nuestras tiendas, a su vez, anotaron un incremento de 5,8% (SSS de 5,8%), con una superficie de venta que fue 2,4% menor que el año pasado. El EBITDA de Chile decreció 31,5% con un margen EBITDA de 8,7%, explicado por el deterioro de 403 puntos base en el margen bruto, explicado principalmente por el impacto del CLP/USD en el mayor costo de producto, lo que fue compensado en parte por una mejora de 45 puntos base en el GAV/ventas.

Finalmente, nos enorgullece anunciar que en septiembre comenzamos la construcción de un nuevo centro de distribución en Chile, que en una primera etapa tendrá un tamaño de 16.275 m2 y representará una inversión de aproximadamente US\$ 17 millones. Con esta inversión, nos preparamos para seguir creciendo en Chile, de forma rentable y sostenible, por muchos años más, y para continuar elevando la experiencia de nuestros consumidores DTC y clientes *wholesale*.

II. Resumen de Resultados Consolidados

Tercer trimestre 2024

- Los Ingresos Consolidados del 3T24 alcanzaron MM \$79.989, un crecimiento de 9,9% con respecto al mismo periodo del año anterior, registrando un récord en ventas para un tercer trimestre.
- La Ganancia Bruta de MM \$41.917 en 3T24 creció 4,3%, con un margen bruto de 52,4%, una contracción de 282 puntos base con respecto al 3T23.
- El Resultado Operacional de MM \$3.234 en 3T24 decreció 31,3%, con un margen operacional de 4,0%, una contracción de 243 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$9.203 en 3T24 disminuyó 14,2%, con un margen de 11,5%, un deterioro de 323 puntos base con respecto al 3T23.
- La Ganancia de MM \$2.104 en 3T24 decreció 56,4%, con un margen neto de 2,6%, una contracción de 399 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales crecieron 15,8% en 3T24 y representaron 23% de la venta DTC (18% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales crecieron 19,4% y representaron 31,2% del Ingreso Consolidado en 3T24. El EBITDA de las filiales aumentó 18,3% y representó 47,9% del EBITDA consolidado de FORUS.

Periodo 9M 2024

- Los Ingresos Consolidados del periodo 9M24 alcanzaron MM \$273.905, un alza de 15,4% con respecto al periodo 9M23, logrando un récord en ventas para un periodo de 9M.
- La Ganancia Bruta de MM \$146.410 en 9M24 creció 12,0%, con un margen bruto de 53,5%, una contracción de 160 puntos base con respecto al 9M23.
- El Resultado Operacional de MM \$26.795 en 9M24 aumentó 1,5%, con un margen operacional de 9,8%, una contracción de 134 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$45.454 en 9M24 creció 4,9%, con un margen de 16,6%, un deterioro de 166 puntos base con respecto al 9M23.
- La Ganancia de MM \$19.110 en 9M24 decreció 6,3%, con un margen neto de 7,0%, una contracción de 161 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales aumentaron 24,8% en 9M24 y representaron 26% de la venta DTC (21% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales crecieron 32,4% y representaron 28,2% del Ingreso Consolidado en 9M24. El EBITDA de las filiales aumentó 33,5% y representó 30,3% del EBITDA consolidado de FORUS.

III. Hechos Relevantes del Periodo

Dividendo provisorio de \$15,50 por acción

El Directorio de FORUS acordó pagar un dividendo provisorio, con cargo a las utilidades del ejercicio 2024, por la suma de CLP 4.006.269.500, lo que equivale a CLP 15,50 por acción, en dinero efectivo. El dividendo se pagó a partir del 30 de octubre de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del día 24 de octubre de 2024.

Comienza construcción de segundo Centro de Distribución propio en Santiago

En septiembre iniciamos la construcción de un nuevo centro de distribución (CD), ubicado en el terreno de 45.000 m2 que adquirimos en 2019, en el parque empresarial ENEA, en la comuna de Pudahuel (cerca del aeropuerto), y que cuenta con una excelente conectividad (próximo a la intersección de la Ruta 68 y Avenida Américo Vespucio Poniente). El nuevo CD, en su primera etapa, tendrá un tamaño de 16.275 m2 y estará operativo en el primer trimestre del 2026. La construcción y equipamiento del nuevo CD ENEA representará una inversión de aproximadamente US\$ 17 millones, para que FORUS pueda seguir creciendo y conquistando participación de mercado, con mayor eficiencia y productividad en nuestros servicios de logística y distribución. El nuevo CD será una pieza clave para nuestro futuro crecimiento rentable y sostenible, y para que podamos seguir elevando la experiencia de nuestros clientes *wholesale* y consumidores finales. Este nuevo CD se sumará al CD propio que ya tenemos en Maipú (11.000 m2), y reemplazará el CD arrendado que usamos actualmente en Lo Espejo (12.500 m2). Nuestro CD de Maipú cuenta con un alto grado de automatización (Forus Bee).

Continúa optimización de nuestro portafolio de tiendas

Este trimestre continuamos optimizando nuestro portafolio de tiendas, con el cierre de 5 tiendas de bajo desempeño y la apertura de 3 tiendas de marcas con alto potencial de crecimiento. Este trimestre cerramos 4 tiendas en Chile y 1 en Uruguay. A su vez, abrimos dos tiendas en Chile (Under Armour y VANS) y otra en Perú (BSoul).

Voluntariados

En agosto, en Chile, realizamos nuestro segundo voluntariado del año, de la mano de nuestras marcas Merrell y Under Armour. La actividad consistió en una jornada de reforestación y restauración en el cerro Manquehue, junto al equipo Outlife, administradores del parque. Participaron casi 50 voluntarios quienes plantaron más de 70 árboles. En septiembre, y de la mano de la marca Under Armour, realizamos un voluntariado con la fundación Tiempo de Juego, que ha apoyado a más de 38.000 niños, jóvenes y adultos desde el año 2006. En el voluntariado, trabajamos para arreglar la grama de la cancha sintética de fútbol y pintar instalaciones.

12ª versión de *Columbia Snow Challenge* en Chile

El 24 de agosto realizamos la 12ª versión del *Columbia Snow Challenge*, la competencia multidisciplinaria de montaña más grande de Chile. Este año el evento, que se llevó a cabo en Valle Nevado, incluyó las categorías de *Backcountry* (ski y snowboard), *MTB Avalanche* (ciclismo), *Ski Paralímpico* y *Snow Running* (5K y 10K). Bajo el lema “La montaña es para todos”, el evento este año destacó por su enfoque en la inclusión: con la colaboración de la fundación *Wheel the World*, Columbia, Cerveza Royal Guard y la Federación de Ski de Chile, se realizó una clínica de esquí adaptado, que incluyó también la exhibición de destacados atletas paralímpicos. Al evento asistieron deportistas de renombre como Isidora Assler y Miguel Catalán, deportista paralímpico que participó en los Juegos Paralímpicos de Invierno Beijing 2022.

Primera carrera Hush Puppies en Colombia

El 25 de agosto en Bogotá realizamos la primera carrera Hush Puppies en Colombia, donde participaron casi 250 personas con sus perros. El evento incluyó dos carreras, de 2K y 4K, además de otras actividades, incluyendo una muestra comercial de mascotas, donde diversas marcas ofrecieron sus productos y servicios, con actividades recreativas y premios. Una fundación local también participó, llevando mascotas disponibles para la adopción.

IV. Resultados Integrales

Tercer trimestre:

	3T24		3T23		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	79.988.990		72.807.780		9,9%
Costos de ventas	(38.071.629)	-47,6%	(32.602.543)	-44,8%	16,8%
Ganancia Bruta	41.917.361	52,4%	40.205.237	55,2%	4,3%
Gastos de distribución	(1.042.863)	-1,3%	(986.442)	-1,4%	5,7%
Gastos de administración	(37.640.128)	-47,1%	(34.508.710)	-47,4%	9,1%
Gastos de administración y ventas	(38.682.991)	-48,4%	(35.495.152)	-48,8%	9,0%
Resultado Operacional	3.234.370	4,0%	4.710.085	6,5%	-31,3%
Otros Ingresos, por función	531.916		186.469		185,3%
Otros Gastos, por función	(99.238)		(6.251)		1487,6%
Ingresos financieros	1.013.229		895.808		13,1%
Gastos financieros	(1.044.233)		(1.095.413)		-4,7%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	(910.039)		968.206		-194,0%
Resultados por unidades de reajuste	95.816		525.263		-81,8%
Otras ganancias y pérdidas	260.512		651.626		-60,0%
Resultado No Operacional	(152.037)	-0,2%	2.125.708	2,9%	-107,2%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	3.082.333	3,9%	6.835.793	9,4%	-54,9%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(977.859)		(2.011.839)		-51,4%
Ganancia (pérdida)	2.104.474	2,6%	4.823.954	6,6%	-56,4%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	2.201.265		4.805.876		-54,2%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(96.791)		18.078		-635,4%
Ganancia (pérdida)	2.104.474	2,6%	4.823.954	6,6%	-56,4%
EBITDA	9.203.073	11,5%	10.729.279	14,7%	-14,2%

Periodo de 9M:

	9M24		9M23		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	273.904.992		237.397.766		15,4%
Costos de ventas	(127.494.573)	-46,5%	(106.700.516)	-44,9%	19,5%
Ganancia Bruta	146.410.419	53,5%	130.697.250	55,1%	12,0%
Gastos de distribución	(3.162.188)	-1,2%	(2.632.783)	-1,1%	20,1%
Gastos de administración	(116.453.370)	-42,5%	(101.653.471)	-42,8%	14,6%
Gastos de administración y ventas	(119.615.558)	-43,7%	(104.286.254)	-43,9%	14,7%
Resultado Operacional	26.794.861	9,8%	26.410.996	11,1%	1,5%
Otros Ingresos, por función	853.499		742.995		14,9%
Otros Gastos, por función	(483.220)		(285.242)		69,4%
Ingresos financieros	2.638.018		2.661.175		-0,9%
Gastos financieros	(3.090.072)		(3.036.981)		1,7%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	(995.934)		610.332		-263,2%
Resultados por unidades de reajuste	687.037		714.601		-3,9%
Otras ganancias y pérdidas	126.263		374.718		-66,3%
Resultado No Operacional	(264.409)	-0,1%	1.781.598	0,8%	-114,8%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	26.530.452	9,7%	28.192.594	11,9%	-5,9%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(7.420.481)		(7.800.608)		-4,9%
Ganancia (pérdida)	19.109.971	7,0%	20.391.986	8,6%	-6,3%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	19.093.903		20.420.438		-6,5%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	16.068		(28.452)		-156,5%
Ganancia (pérdida)	19.109.971	7,0%	20.391.986	8,6%	-6,3%
EBITDA	45.453.713	16,6%	43.334.293	18,3%	4,9%

V. Análisis de Resultados Consolidados

Ingreso y Resultado Operacional

- **FORUS registró Ingresos Consolidados por MM \$79.989 en 3T24, un aumento de 9,9% con respecto al mismo periodo del año pasado. En el periodo de 9M24, los Ingresos Consolidados ascendieron a MM \$273.905, un alza de 15,4% comparado con 9M23.**

En Chile registramos ingresos por MM \$55.028 en 3T24, que representó un crecimiento de 6,0%, con respecto al mismo periodo del año anterior, dentro de un entorno macroeconómico que siguió siendo desafiante para el consumo. En el 3T24, la tasa de desempleo se mantuvo elevada (8,7%), el poder adquisitivo de los chilenos siguió presionado por la inflación y las elevadas tasas de interés, la confianza del consumidor (41,0 en septiembre) se mantuvo estancada en terreno pesimista (50 es neutro) y el crecimiento económico fue menor a lo esperado (IMACEC de septiembre fue 0%). Además de esto, y a diferencia del 2T24, en el 3T24 el clima no fue un factor favorable para la venta: este julio fue el más seco desde que se tienen registros, en varias ciudades del país, incluyendo Santiago, según la Dirección Meteorológica de Chile. Por otra parte, nuestra cadena de suministros internacional sufrió interrupciones (por huelgas en puertos y otros factores), lo que retrasó la llegada de reposiciones y productos nuevos en los meses de julio y agosto, contribuyendo a la debilidad de la venta en esos meses. De hecho, en septiembre registramos una aceleración en la venta respecto a los dos meses anteriores (a pesar del feriado “XL” de estas Fiestas Patrias), explicado en parte por la llegada del nuevo inventario. También destacamos que en el periodo 9M24 los ingresos de Chile ascendieron a MM \$196.740, un alza de 9,8% comparado con el mismo periodo del año anterior.

Si miramos las ventas de Chile por segmento, el directo al consumidor (DTC) registró un alza de 6,4%, mientras que el *wholesale* aumentó un 4,9%. Aunque este es el segundo trimestre consecutivo de crecimiento del segmento *wholesale* en Chile, la recuperación ha tardado más de lo esperado, presentando diversos desafíos, incluyendo presupuestos más estrechos en el caso de algunos clientes. Dentro del segmento DTC (75% del ingreso de Chile), el canal digital registró un alza de 8,7%, mientras que el canal presencial reportó un aumento de 5,8%. Este trimestre, la venta digital (23% de la venta DTC) se benefició de 1 día de CyberDay (30 de septiembre), comparado con ninguno en 3T23 (dado que en 2023 los tres días del evento cayeron en octubre). Nuestras tiendas en Chile (77% de la venta DTC) registraron un SSS de 5,8% y una venta por metro cuadrado que aumentó 8,0%. A fines de septiembre, la superficie de venta disminuyó 2,4% comparado con septiembre 2023 (6 tiendas menos, neto, en 12 meses). Durante 3T24, abrimos 2 tiendas y cerramos 4 tiendas (2 cierres netas), para terminar el periodo con 258 tiendas en Chile.

Nuestras filiales, en su conjunto, anotaron ingresos por MM \$24.961 en 3T24, un crecimiento de 19,4%, explicado principalmente por el robusto crecimiento en moneda local de Perú y Uruguay, y

también por la apreciación de las monedas locales frente al peso chileno. La participación de nuestras filiales en los ingresos consolidados de FORUS alcanzó 31,2% este trimestre (comparado con 28,7% en 3T23). Destacamos que la venta digital de las filiales creció 32,7% en 3T24 y representó un 24% de la venta DTC (19% del ingreso total de las filiales).

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

- En **Perú** la venta aumentó 28,9% en 3T24 (19,9% en moneda local), explicado por el sólido desempeño de los segmentos DTC y *wholesale* (en moneda local) y por la apreciación del PEN contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. Al igual que el segundo trimestre, el clima en Perú nos favoreció, con un otoño/invierno más frío y lluvioso que el invierno del año pasado. Además, en mayo se inició el proceso de retiros de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), por un monto equivalente de hasta PEN 20.600 (US\$ 5.300) por persona, lo que estimuló el consumo en el segundo y tercer trimestre de este año. Otro factor favorable fue el turismo extranjero, que este año comenzó a recuperarse, luego de verse mermado, primero, por la pandemia y, luego, por los conflictos sociales. Como resultado de lo anterior, el segmento DTC (86% de los ingresos) registró un alza de 29,9% (20,7% en moneda local) y el segmento *wholesale* (14% de los ingresos), un crecimiento de 23,1% (15,2% en moneda local). Dentro del segmento DTC, el canal digital registró un crecimiento de 19,1% y representó un 18% de la venta DTC, mientras que el canal presencial registró un alza de 32,5%, impulsado por crecimiento de 17,7% en SSS y por aperturas de tiendas. Durante este trimestre, abrimos 1 tienda de la marca BSoul, y en el periodo de los últimos doce meses a septiembre 2024, abrimos 7 tiendas, netas (7 aperturas + 0 cierres); esto último equivale a un aumento de 11,1% en la superficie de venta. La venta por m2 aumentó 20,1% (11,8% en moneda local).
- En **Uruguay** los ingresos crecieron 16,7% en 3T24 (14,0% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (85% de los ingresos) que aumentó 23,7% (20,1% en moneda local) y por la apreciación del UYU contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados; esto fue contrarrestado, en parte, el segmento *wholesale* (15% de los ingresos) que decreció 12,0% (-11,7% en moneda local). Dentro del segmento DTC, el canal digital aumentó 34,8%, y representó un 19% de la venta DTC (digital representó 16% del total). La venta en tiendas (69% del total), a su vez, creció 21,4% este trimestre, impulsado por SSS y nuevas aperturas. Durante el 3T24, se cerró una tienda en Uruguay; sin embargo, en el periodo de los últimos doce meses, abrimos 4 tiendas, netas (5 aperturas y 1 cierres), con lo cual la superficie de ventas aumentó 11,6% en ese periodo. El SSS de Uruguay en 3T24 fue 4,4% (en moneda local) y la venta por m2 aumentó 7,5% (4,3% en moneda local).
- En **Colombia**, la venta creció 12,3% en 3T24 (4,4% en moneda local), explicado por el segmento DTC (74% de los ingresos) que aumentó 31,8% (22,2% en moneda local) y por la apreciación del COP contra el CLP que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los

resultados. El segmento *wholesale* (26% de los ingresos) reportó una variación de -21,5% (-26,5% en moneda local) en el mismo periodo. El alza en ventas en nuestro segmento DTC es destacable si se considera el desafiante escenario macroeconómico, marcado por un alto nivel de desempleo (9,1%), entre otros factores. Dentro del segmento DTC, el canal presencial (47% de la venta) creció 26,6%, mientras que el canal digital (37% del DTC) creció 42,0%. Durante 3T24 no abrimos ni cerramos tiendas, mientras que en el periodo de los últimos doce meses abrimos 4 tiendas, netas (4 aperturas + 0 cierres), lo que equivale a un incremento de 21,6% en la superficie de venta. La venta por m2 registró una variación de 0,7% (-6,4% en moneda local), explicado por el periodo de maduración de tiendas nuevas. SSS alcanzó 3,5% (en moneda local) este trimestre.

- **La Ganancia Bruta de MM \$41.917 aumentó 4,3% en 3T24 y el margen bruto alcanzó 52,4%, una contracción de 282 puntos base. En el periodo de 9M24, la Ganancia Bruta de MM \$146.410 creció 12,0%, con un margen bruto de 53,5%.**

En Chile, la ganancia bruta decreció 1,6% en 3T24, con un margen bruto de 51,7%, lo que significó una contracción de 403 puntos base, explicado principalmente por el impacto que tuvo en nuestros costos la pronunciada depreciación del CLP/USD este año. Específicamente, el CLP/USD promedio en 9M24 se depreció en un 14,7% con respecto al tipo de cambio promedio del mismo periodo del año pasado (\$821 en 9M23 a \$942 en 9M24). Debido a esto, la colección otoño/invierno de este año entró a un dólar promedio un 12,4% más alto, año a año, y la colección de primavera/verano (a la fecha) entró con un dólar promedio un 11,3% más alto. En ese contexto, registramos contracciones de margen bruto en ambos segmentos, pero en mayor grado, en el segmento *wholesale*, donde tenemos menos flexibilidad para ajustar precios/productos en el corto plazo. La ganancia bruta del segmento DTC (80% del total de ganancia bruta) creció 2,6%, con un margen bruto de 55,4%, una contracción de sólo 205 puntos base, gracias a esfuerzos realizados para mitigar el impacto de la depreciación. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (20% del total de ganancia bruta), en cambio, decreció 15,7% con un margen bruto de 41,0%, un deterioro de 999 puntos base. Otros factores que contribuyeron al deterioro del margen bruto este trimestre fueron los mayores costos de flete, debido a las interrupciones en la cadena de suministro internacional, y, en menor grado, los descuentos de fin de temporada.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, aumentó 19,4% en 3T24, con un margen bruto de 53,8%, estable con respecto al mismo periodo del año anterior. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** La ganancia bruta aumentó 27,1% y el margen bruto de 57,8% se deterioró en 80 puntos base, explicado por el deterioro del margen bruto en segmento *wholesale* y, en menor grado, en el segmento DTC. La ganancia bruta del segmento DTC (88% de la ganancia bruta total) creció 28,3%, con un margen bruto de 59,4%, un deterioro de 71 puntos base, explicado por la alta

base de comparación y descuentos de fin de temporada. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (12% de la ganancia bruta total), a su vez, registró un alza de 18,7% con un margen bruto de 47,8%, un deterioro de 181 puntos base.

- **Uruguay:** La ganancia bruta aumentó 15,6% y el margen bruto de 56,3% se deterioró en 54 puntos base. La ganancia bruta del segmento DTC (89% de la ganancia bruta total) creció 21,9%, con un margen bruto de 59,0%, una contracción de 89 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* decreció 19,2% con un margen bruto de 40,5%, un deterioro de 364 puntos base.
- **Colombia:** La ganancia bruta creció 14,0% y el margen bruto de 46,9% se expandió en 69 puntos base, impulsado por el crecimiento de la ganancia bruta en el segmento DTC, que compensó el decrecimiento de ganancia bruta en el segmento *wholesale*. La ganancia bruta en el segmento DTC (83% de la ganancia bruta total) aumentó 32,3%, con un margen bruto de 52,0%, una expansión de 19 puntos base. La ganancia bruta en el segmento *wholesale* (17% de la ganancia bruta total) disminuyó 31,3%, con un margen bruto de 31,8%, un deterioro de 455 puntos base, explicado por el *mix* de ventas y mayores descuentos.
- **En 3T24 el Resultado Operacional de MM \$3.234 disminuyó 31,3%, con un margen operacional de 4,0%, un deterioro de 243 puntos base. En el periodo de 9M24, el Resultado Operacional de MM \$26.795 aumentó 1,5%, con un margen operacional de 9,8%, un deterioro de 134 puntos base.**

En Chile este trimestre registramos un Resultado Operacional de MM \$661, un decrecimiento de 73,4% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 1,2%, una contracción de 358 puntos base. La variación negativa del Resultado Operacional este trimestre se explica, principalmente, por la pronunciada alza del dólar y su impacto en nuestros costos, dado a que el GAV/ventas mejoró en 45 puntos base. Esta leve mejora en la eficiencia del gasto lo logramos gracias a que pudimos mitigar, en parte, las presiones que continuamos enfrentando este trimestre en cuanto a: i) el impacto del alza del salario mínimo en los sueldos base de nuestra fuerza de venta; ii) un alza en gastos variables (como gastos de distribución) asociados al crecimiento en ventas del canal digital; iii) mayores gastos asociados a desarrollos tecnológicos enfocados en brindar una mejor experiencia al cliente y mejorar la productividad de nuestras operaciones; y iv) el impacto de la inflación en nuestros gastos (arriendos y remuneraciones).

Este trimestre, el Resultado Operacional del segmento DTC decreció 89,3%, con un margen operacional de 0,1%, un deterioro de 93 puntos base, explicado por la contracción del margen bruto que fue contrarrestado, parcialmente, por una mejora de 113 puntos base en el GAV/ventas. El Resultado Operacional del segmento *wholesale*, a su vez, decreció 70,3%, con un margen operacional de 4,5%, un deterioro de 1.131 puntos base, explicado por la contracción del margen bruto y, también, por el deterioro de 132 puntos base en el GAV/ventas.

En 3T24 las filiales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$2.574, un crecimiento de 15,4%, con un margen operacional de 10,3%, una contracción de 35 puntos base. El alza del resultado operacional de las filiales fue impulsada principalmente por Perú que, por primera vez en su historia, superó a Chile en su resultado operacional. El resultado operacional por país sigue a continuación:

- **Perú:** En 3T24 el resultado operacional de MM \$1.593 aumentó 28,8%, con un margen operacional estable, año a año, de 17,4%, dado que el leve deterioro en el margen bruto fue compensado por la mejora de 79 puntos base en el GAV/ventas. El resultado operacional del segmento DTC (85% del total) creció 61,1%, con un margen operacional de 17,3%, una expansión de 335 puntos base. El resultado operacional del segmento *wholesale* (15% del total) decreció 40,3%, con un margen operacional de 18,2%, un deterioro de 1.937 puntos base, explicado por la alta base de comparación.
- **Uruguay:** En 3T24 Uruguay registró un resultado operacional de MM \$395, con un decrecimiento de 6,0%, y un margen operacional de 5,0%, lo que representa un deterioro de 120 puntos base. El resultado operacional del segmento DTC (81% del total) aumentó 67,2% con un margen operacional de 4,7%, que se expandió 123 puntos base. El resultado operacional del segmento *wholesale* (19% del total) decreció 67,1% con un margen operacional de 6,4%, que se deterioró 1.076 puntos base.
- **Colombia:** En 3T24 el resultado operacional de MM \$586 creció 2,3%, con un margen operacional de 7,4%, un deterioro de 73 puntos base. El resultado operacional del segmento DTC registró un alza de 7,0% este trimestre, con un margen operacional de 9,6%, un deterioro de 222 puntos base. El resultado operacional del segmento *wholesale* registró un decrecimiento de 50,0%, con un margen operacional de 1,2%, un deterioro de 68 puntos base.

Resultado No Operacional

- **El Resultado No Operacional registró una pérdida de MM \$152 en 3T24, comparado con una ganancia de MM \$2.126 en el mismo periodo del año pasado.**

La pérdida en el Resultado No Operacional se debe, principalmente, por la cuenta *Diferencias de Cambio*, que registró una pérdida de MM \$910 este trimestre, comparado con una ganancia de MM \$968 en el mismo periodo del año pasado, que se explica, principalmente, por la depreciación del USD contra el CLP (al cierre de junio, el CLP/USD fue \$951 comparado con \$896 al cierre de septiembre) y su impacto en activos denominados en USD. Además, este trimestre registramos un decrecimiento de 81,8% en la cuenta Resultados por Unidades de Reajuste, explicado por el aumento en pasivos en U.F. explicado por el mayor número de renovaciones de contratos de arriendo de tiendas, y también una disminución en un 60,0% en *Otras Ganancias y Pérdidas*, explicado principalmente por una mayor provisión para multas e indemnizaciones.

Utilidad y EBITDA

- **En 3T24 FORUS reportó una Ganancia de MM \$2.104, un decrecimiento de 56,4%, con un margen neto de 2,6%, una contracción de 399 puntos base. En el periodo de 9M24, la Ganancia de MM \$19.110 decreció 6,3%, con un margen neto de 7,0%**

En 3T24, la Ganancia del Ejercicio es atribuible al Resultado Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$699 (33,2% de la Ganancia de FORUS), un decrecimiento de 79,6%. Las filiales, en su conjunto, contribuyeron una Utilidad Neta de MM \$1.406 en 3T24 (66,8% de la Ganancia consolidada), lo que representó un alza de 1,0%.

- **En 3T24 el EBITDA de FORUS registró MM \$9.203, un decrecimiento de 14,2%, con un margen EBITDA de 11,5%, un deterioro de 323 puntos base. En el periodo de 9M24, el EBITDA de MM \$45.454 aumentó 4,9%, con un margen EBITDA de 16,6%.**

En 3T24 Chile aportó el 52,1% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 47,9%, donde Perú contribuyó 25,3%; Colombia, 13,4%; y Uruguay, 9,2%. El EBITDA de Chile decreció 31,5%, mientras que el EBITDA de las filiales aumentó 18,3%, este trimestre.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Sep-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	200.126	193.480	6.646	3,4%
Activo No Corriente	125.329	114.219	11.110	9,7%
Total Activos	325.455	307.699	17.756	5,8%

El **Activo Corriente** aumentó 3,4% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otros Activos Financieros Corrientes*, que aumentó MM \$8.708 por la inversión temporal de excedentes de caja producto de los mayores ingresos por ventas; en línea con eso, se registró una disminución de MM \$1.432 en la cuenta *Inventarios* y un incremento de MM \$3.829 en la cuenta *Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar*.

El **Activo No Corriente** aumentó 9,7% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$11.676, principalmente, por el incremento en derechos de uso por la incorporación de las renovaciones de contratos de arrendamiento.

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

	Sep-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	48.429	58.545	(10.116)	-17,3%
Pasivo No Corriente	42.927	32.418	10.509	32,4%
Patrimonio	234.099	216.736	17.363	8,0%
Total Patrimonio y Pasivos	325.455	307.699	17.756	5,8%

El **Pasivo Corriente** presentó una variación de -17,3%, explicado principalmente por la disminución de MM \$7.354 en la cuenta *Otras Provisiones de Corto Plazo*, explicado por el pago de los dividendos por el resultado de 2023. También registramos una disminución de MM \$1.894 en *Otros Pasivos No Financieros* asociado al pago del IVA de productos vendidos.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 32,4%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos Financieros No Corriente*, que aumentó en MM \$10.509, asociado a la incorporación de renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones en el largo plazo.

• Patrimonio

El saldo del Patrimonio al 30 de septiembre de 2024 y 31 de diciembre de 2023 se compone de la siguiente manera:

	Sep-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	19.194	20.957	(1.763)	-8,4%
Utilidades Acumuladas	190.208	171.098	19.110	11,2%
Participaciones no Controladas	454	438	16	3,7%
Total Patrimonio	234.099	216.736	17.363	8,0%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$17.363 debido, principalmente, al crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. Las utilidades de la Compañía alcanzaron MM \$19.110 al 30 de septiembre de 2024.

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

	MM\$
Perú Forus S.A.	277
Uruforus S.A.	(1.100)
Forus Colombia S.A.S.	(940)
Total diferencias de conversión	(1.763)

Razones Financieras

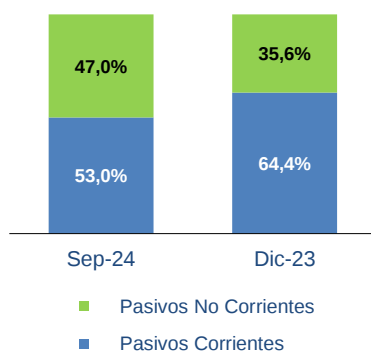
• Índices de Endeudamiento y Liquidez

	Unidad	Sep-24	Dic-23	Variación
Coficiente endeudamiento	veces	0,39	0,42	-0,03
Cobertura de Intereses	veces	14,71	14,11	0,60

	Unidad	Sep-24	Dic-23	Variación
Liquidez corriente	veces	4,13	3,30	0,83
Razón Ácida	veces	2,37	1,82	0,55

La liquidez corriente y la razón ácida presentan un leve aumento, principalmente, por el alza de 3,4% en activos corrientes y la disminución de 17,3% en el pasivo corriente. La razón ácida también refleja la disminución de 1,6% en inventarios.

	Unidad	Sep-24	Dic-23
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	53,0%	64,4%
Pasivos No Corrientes	%	47,0%	35,6%



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

	Unidad	Sep-24	Sep-23	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	5,9%	6,6%	-0,7%
Rentabilidad s/Ventas	%	7,0%	8,6%	-1,6%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	8,2%	9,3%	-1,1%
Utilidad por Acción	\$	73,9	78,9	-5,0

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$73,9 en el periodo 9M24**, lo que equivale a una disminución de \$5,0 comparado con el mismo periodo del año anterior, lo que representa decrecimiento de 6,3%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Sep-2024 MM\$	Sep-2023 MM\$	Variación MM\$
Flujos de Operaciones	42.738	45.901	(3.163)
Flujos de Inversión	(12.383)	(22.360)	9.977
Flujos de Financiamiento	(37.080)	(30.959)	(6.121)

Las **actividades de operaciones** generaron una variación negativa respecto del mismo período del año anterior por MM \$3.163, debido principalmente al mayor pago a proveedores por suministro de bienes y servicios.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$9.977, principalmente, por la menor salida de efectivo para actividades de inversión.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación negativa respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$6.121, principalmente por el mayor reembolso de préstamos y pagos de pasivos por arrendamiento.

Análisis de Riesgo de Mercado

Riesgo regional: En América Latina el crecimiento económico fue moderado en 3T24. En **Chile**, el IMACEC creció 4,2%, 2,3% y 0% en julio, agosto y septiembre, respectivamente. La tasa de inflación acumulada a 12 meses anotó 4,1% en septiembre, un deterioro comparado con la tasa de 3,5% registrada en junio 2024. La tasa de desocupación en septiembre fue 8,7%, una disminución de 0,2 puntos porcentuales en doce meses. En septiembre, la confianza de los consumidores chilenos se mantuvo en terreno negativo al registrar 41,0 (50 es neutro), un leve deterioro con respecto a junio de este año (42,7) y septiembre del año pasado; Chile es el país con la confianza del consumidor más baja de los seis países en América Latina medidos por IPSOS. En **Uruguay** se estima que el PIB creció 3,8% en 3T24, repitiendo el 3,8% alcanzado en 2T24. La tasa de inflación a doce meses se aceleró a 5,3% en septiembre, comparado con 5,0% en junio. El desempleo, a su vez, fue de 8,1% en septiembre, estable con respecto a junio. En **Perú** se espera que la economía continúe su senda de recuperación, con una variación estimada del PIB de 3,2% en 3T24, luego de crecer 3,6% en 2T24. La tasa de inflación acumulada a doce meses a septiembre fue 1,8%, comparado con 2,3% a junio. En **Colombia** se estima que el PIB creció 2,0% en 3T24, en línea con el 2,1% alcanzado en 2T24. La tasa de inflación a doce meses acumulado alcanzó 5,8% en septiembre, comparado con 7,2% en junio. El desempleo en septiembre alcanzó 9,1%, comparado con 10,3% en junio.

Riesgo cambiario: Las fluctuaciones de los tipos de cambio de cada país contra el USD impactan directamente el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. El CLP/USD ha presentado una alta volatilidad durante los últimos doce meses; al cierre del 30 de septiembre de 2024, registró una depreciación de 0,2% con respecto al año pasado. Sin embargo, el CLP/USD promedio para el periodo 9M24 se depreció un 14,7% comparado con el mismo periodo del año pasado. Las otras monedas locales han sufrido menos volatilidad en este periodo: al cierre de septiembre, el PEN de Perú se apreció 2,0% contra el USD; el UYU de Uruguay se depreció 8,0%; y el COP de Colombia se depreció 2,7% (precio cierre). La apreciación de las monedas locales de nuestras filiales contra el CLP (FX promedio mes) aumentó la contribución de las filiales al consolidar sus resultados en CLP.

Riesgo financiero: La Compañía sigue una política conservadora de manejo de caja, con fondos y fuentes de financiamiento suficientes para financiar inversiones planificadas para 2024 y 2025, y con un mínimo nivel de endeudamiento.

VII. Resumen Países

Ingresos (Millones Ch\$)

	3T24	3T23	Var %	Moneda Local	9M24	9M23	Var %	Moneda Local
Chile	55.028	51.897	6,0%	6,0%	196.740	179.118	9,8%	9,8%
Colombia	7.881	7.017	12,3%	4,4%	23.246	17.161	35,5%	8,7%
Perú	9.146	7.098	28,9%	19,9%	26.388	20.124	31,1%	16,1%
Uruguay	7.934	6.796	16,7%	14,0%	27.531	20.996	31,1%	16,9%
Total Filiales	24.961	20.911	19,4%		77.165	58.280	32,4%	
Total Forus	79.989	72.808	9,9%		273.905	237.398	15,4%	

Ingresos (% total)

	3T24	3T23	9M24	9M23
Chile	68,8%	71,3%	71,8%	75,5%
Colombia	9,9%	9,6%	8,5%	7,2%
Perú	11,4%	9,7%	9,6%	8,5%
Uruguay	9,9%	9,3%	10,1%	8,8%
Total Filiales	31,2%	28,7%	28,2%	24,5%

Same Store Sales (en moneda local)

	2024				2024	2023
	1T	2T	3T	4T	9M	9M
Chile	4,1%	21,4%	5,8%		11,1%	15,8%
Colombia	-0,3%	8,6%	3,5%		4,1%	20,7%
Perú	0,4%	20,2%	17,7%		13,3%	-4,7%
Uruguay	7,6%	9,0%	4,4%		7,2%	7,2%

Digital (% de la Venta)

	2024				2024
	1T	2T	3T	4T	9M
Chile	18%	29%	17%		21%
Colombia	26%	26%	27%		26%
Perú	10%	11%	16%		12%
Uruguay	15%	28%	16%		21%
Forus	17%	27%	18%		21%

Digital (% del DTC)

	2024				2024
	1T	2T	3T	4T	9M
Chile	24%	34%	23%		27%
Colombia	35%	37%	37%		36%
Perú	13%	13%	18%		15%
Uruguay	20%	29%	19%		24%
Forus	24%	32%	23%		26%

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	Billabong	Billabong.cl
15	RKF	Rkflife.com
16	BSoul	BSoul.com
17	Vans	Vans.cl
18	Calpany	Calpany.cl
19	Under Armour	Underarmour.cl
20	Element	Elementbrand.cl
21	RVCA	RVCA.cl
Uruguay		
Sitio web		
1	Cat	Catlifestyle.com.uy
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.uy
3	Merrell	Merrell.com.uy
4	Pasqualini	Pasqualini.com.uy
5	Columbia	Columbia.com.uy
6	RKF	Rkflife.com.uy
7	Mango	Forusuy.com
8	Under Armour	Underarmour.uy
Perú		
Sitio web		
1	Billabong	Billabong.pe
2	Columbia	Columbia.pe
3	Hush Puppies	Hushpuppies.pe
4	RKF	Rkflife.pe
5	Patagonia	Patagonia.pe
6	Supermall	Supermall.pe
7	Keds	Keds.pe
8	BSoul	BSoul.pe
9	Norseg	Norseg.pe
Colombia		
Sitio web		
1	Cat	Catlifestyle.co
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.co
3	Merrell	Merrellcolombia.com
4	Under Armour	Underarmour.com.co
5	Columbia	Columbia.com.co
6	RKF	Rkflife.com.co
7	BSoul	BSoul.com.co
8	Norseg	Norseg.com.co
46	Total Forus S.A.	

Marketplaces, por país

Marketplaces	
Chile	
1	Dafiti
2	Mercado Libre
3	Mercado Ripley
4	Paris Marketplace
5	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
4	Linio

Número de Locales y Superficies

	Sep. 2024		Sep. 2023		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	258	30.124	264	30.865	-6	-2,4%
Colombia	42	3.012	38	2.477	4	21,6%
Perú	58	4.807	51	4.325	7	11,1%
Uruguay	45	4.806	41	4.307	4	11,6%
Total	403	42.748	394	41.974	9	1,8%

Movimientos de tiendas 3T24, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Under Armour	Plaza Oeste	Santiago	241
	1	VANS	Plaza Antofagasta	Antofagasta	122
	2				363
Perú					
	1	BSoul	La Molina	Lima	69
	1				69
Total	3				432

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Hush Puppies	Plaza Copiapó	Copiapó	105
	1	Azaleia	Plaza Copiapó	Copiapó	84
	1	RKF	Plaza Copiapó	Copiapó	120
	1	7Veinte	Open Kennedy	Santiago	73
	4				382
Uruguay					
	1	Shoe Express	Montevideo	Montevideo	75
	1				75
Total	5				457

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Jul-24 al 30-Sep-24)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	-2	-20
Perú	1	69
Uruguay	-1	-75
Colombia	0	0
Total	-2	-25

CHILE

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	41.180		38.696		6,4%
Costos	(18.375)		(16.473)		11,5%
Ganancia Bruta	22.804	55,4%	22.222	57,4%	2,6%
Resultado Operacional	42	0,1%	398	1,0%	-89,3%
EBITDA	3.482	8,5%	4.285	11,1%	-18,7%

Wholesale

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	13.848		13.201		4,9%
Costos	(8.176)		(6.476)		26,3%
Ganancia Bruta	5.672	41,0%	6.726	50,9%	-15,7%
Resultado Operacional	618	4,5%	2.082	15,8%	-70,3%
EBITDA	1.316	9,5%	2.722	20,6%	-51,6%

Total Chile

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	55.028		51.897		6,0%
Costos	(26.551)		(22.949)		15,7%
Ganancia Bruta	28.477	51,7%	28.948	55,8%	-1,6%
Resultado Operacional	661	1,2%	2.480	4,8%	-73,4%
EBITDA	4.798	8,7%	7.006	13,5%	-31,5%

CHILE (cont.)

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	153.599		135.700		13,2%
Costos	(67.200)		(56.358)		19,2%
Ganancia Bruta	86.399	56,2%	79.342	58,5%	8,9%
Resultado Operacional	15.097	9,8%	13.345	9,8%	13,1%
EBITDA	25.944	16,9%	24.313	17,9%	6,7%

Wholesale

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	43.141		43.417		-0,6%
Costos	(24.724)		(23.326)		6,0%
Ganancia Bruta	18.417	42,7%	20.091	46,3%	-8,3%
Resultado Operacional	3.644	8,4%	6.696	15,4%	-45,6%
EBITDA	5.754	13,3%	8.721	20,1%	-34,0%

Total Chile

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	196.740		179.118		9,8%
Costos	(91.924)		(79.685)		15,4%
Ganancia Bruta	104.816	53,3%	99.433	55,5%	5,4%
Resultado Operacional	18.741	9,5%	20.041	11,2%	-6,5%
EBITDA	31.698	16,1%	33.034	18,4%	-4,0%

PERÚ

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	9.146		7.098		28,9%
Costos	(3.863)		(2.941)		31,4%
Ganancia Bruta	5.283	57,8%	4.156	58,6%	27,1%
Resultado Operacional	1.593	17,4%	1.237	17,4%	28,8%
EBITDA	2.325	25,4%	1.979	27,9%	17,5%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	7.854		6.048		29,9%
Costos	(3.190)		(2.413)		32,2%
Ganancia Bruta	4.665	59,4%	3.635	60,1%	28,3%
Resultado Operacional	1.358	17,3%	842	13,9%	61,1%
EBITDA	2.046	26,0%	1.545	25,5%	32,4%

Wholesale

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	1.292		1.049		23,1%
Costos	(674)		(528)		27,6%
Ganancia Bruta	618	47,8%	521	49,6%	18,7%
Resultado Operacional	236	18,2%	395	37,6%	-40,3%
EBITDA	279	21,6%	434	41,4%	-35,7%

PERÚ (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	26.388		20.124		31,1%
Costos	(11.061)		(8.347)		32,5%
Ganancia Bruta	15.327	58,1%	11.777	58,5%	30,1%
Resultado Operacional	4.265	16,2%	3.188	15,8%	33,8%
EBITDA	6.443	24,4%	5.190	25,8%	24,1%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	22.077		16.557		33,3%
Costos	(8.788)		(6.392)		37,5%
Ganancia Bruta	13.289	60,2%	10.165	61,4%	30,7%
Resultado Operacional	3.380	15,3%	2.178	13,2%	55,2%
EBITDA	5.435	24,6%	4.068	24,6%	33,6%

Wholesale

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	4.311		3.567		20,8%
Costos	(2.273)		(1.955)		16,3%
Ganancia Bruta	2.037	47,3%	1.612	45,2%	26,4%
Resultado Operacional	885	20,5%	1.011	28,3%	-12,4%
EBITDA	1.008	23,4%	1.122	31,4%	-10,2%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	7.934		6.796		16,7%
Costos	(3.469)		(2.935)		18,2%
Ganancia Bruta	4.465	56,3%	3.862	56,8%	15,6%
Resultado Operacional	395	5,0%	420	6,2%	-6,0%
EBITDA	847	10,7%	710	10,4%	19,3%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	6.762		5.465		23,7%
Costos	(2.772)		(2.192)		26,5%
Ganancia Bruta	3.990	59,0%	3.273	59,9%	21,9%
Resultado Operacional	320	4,7%	191	3,5%	67,2%
EBITDA	749	11,1%	468	8,6%	60,0%

Wholesale

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	1.172		1.331		-12,0%
Costos	(697)		(743)		-6,2%
Ganancia Bruta	475	40,5%	588	44,2%	-19,2%
Resultado Operacional	75	6,4%	229	17,2%	-67,1%
EBITDA	98	8,4%	242	18,2%	-59,3%

URUGUAY (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	27.531		20.996		31,1%
Costos	(11.945)		(9.286)		28,6%
Ganancia Bruta	15.586	56,6%	11.710	55,8%	33,1%
Resultado Operacional	2.614	9,5%	1.878	8,9%	39,2%
EBITDA	4.265	15,5%	2.689	12,8%	58,6%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	23.865		17.500		36,4%
Costos	(9.761)		(7.233)		35,0%
Ganancia Bruta	14.104	59,1%	10.267	58,7%	37,4%
Resultado Operacional	2.168	9,1%	1.229	7,0%	76,5%
EBITDA	3.746	15,7%	2.016	11,5%	85,8%

Wholesale

EERR	9M24	% Ingresos	9M23	% Ingresos	Var. 24/23
Ingresos	3.666		3.496		4,9%
Costos	(2.184)		(2.053)		6,4%
Ganancia Bruta	1.482	40,4%	1.443	41,3%	2,7%
Resultado Operacional	446	12,2%	649	18,6%	-31,3%
EBITDA	519	14,1%	673	19,3%	-23,0%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	7.881		7.017		12,3%
Costos	(4.188)		(3.778)		10,9%
Ganancia Bruta	3.692	46,9%	3.239	46,2%	14,0%
Resultado Operacional	586	7,4%	573	8,2%	2,3%
EBITDA	1.233	15,6%	1.034	14,7%	19,2%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	5.863		4.448		31,8%
Costos	(2.812)		(2.141)		31,3%
Ganancia Bruta	3.052	52,0%	2.307	51,9%	32,3%
Resultado Operacional	562	9,6%	525	11,8%	7,0%
EBITDA	1.076	18,3%	923	20,8%	16,5%

Wholesale

EERR	3T24	% Ing.	3T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	2.017		2.569		-21,5%
Costos	(1.377)		(1.636)		-15,9%
Ganancia Bruta	641	31,8%	933	36,3%	-31,3%
Resultado Operacional	24	1,2%	48	1,9%	-50,0%
EBITDA	157	7,8%	111	4,3%	41,4%

COLOMBIA (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	23.246		17.161		35,5%
Costos	(12.564)		(9.383)		33,9%
Ganancia Bruta	10.682	46,0%	7.778	45,3%	37,3%
Resultado Operacional	1.174	5,1%	1.303	7,6%	-9,9%
EBITDA	3.049	13,1%	2.421	14,1%	25,9%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	16.845		10.543		59,8%
Costos	(8.039)		(4.849)		65,8%
Ganancia Bruta	8.807	52,3%	5.694	54,0%	54,7%
Resultado Operacional	1.299	7,7%	1.289	12,2%	0,8%
EBITDA	2.853	16,9%	2.244	21,3%	27,1%

Wholesale

EERR	9M24	% Ing.	9M23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	6.401		6.618		-3,3%
Costos	(4.525)		(4.534)		-0,2%
Ganancia Bruta	1.876	29,3%	2.084	31,5%	-10,0%
Resultado Operacional	(125)	-1,9%	15	0,2%	-941,1%
EBITDA	196	3,1%	177	2,7%	10,8%

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 30 de septiembre de 2024 (no auditados) y 31 de diciembre de 2023

ACTIVOS		2024	2023
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	22.181.599	26.726.187
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	38.955.568	30.247.997
Otros activos no financieros corrientes	(28 a)	5.828.141	4.575.308
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	38.218.613	34.389.923
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(13 a)	305.078	306.115
Inventarios	(14)	85.466.797	86.898.623
Activos por impuestos corrientes	(11 b)	9.170.251	10.335.780
Total de activos corrientes		<u>200.126.047</u>	<u>193.479.933</u>
Activos No Corrientes			
Otros activos financieros no corrientes	(6 b)	-	882.243
Otros activos no financieros no corrientes	(28 b)	123.833	110.911
Derechos por cobrar no corrientes	(29)	480.951	493.758
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	1.524.195	1.727.099
Plusvalía	(9)	1.264.298	1.272.851
Propiedades, plantas y equipos	(10)	115.065.596	103.390.075
Activos por impuestos diferidos	(11 c)	6.869.715	6.342.115
Total de activos no corrientes		<u>125.328.588</u>	<u>114.219.052</u>
Total de Activos		<u><u>325.454.635</u></u>	<u><u>307.698.985</u></u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 30 de septiembre de 2024 (no auditados) y 31 de diciembre de 2023

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2024 M\$	2023 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(16 b)	758.387	1.821.088
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(16 c)	13.553.507	12.167.961
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(18)	20.654.486	21.604.724
Otras provisiones corrientes	(19)	3.284.540	10.638.568
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(20)	9.581.930	9.822.999
Otros pasivos no financieros corrientes	(21)	596.119	2.489.893
Total de pasivos corrientes		<u>48.428.969</u>	<u>58.545.233</u>

Pasivos No Corrientes

Otros pasivos financieros no corrientes	(16 b)	-	124.539
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(16 c)	42.920.146	32.286.808
Otros pasivos no financieros no corrientes	(32)	6.604	6.409
Total de pasivos no corrientes		<u>42.926.750</u>	<u>32.417.756</u>
Total Pasivos		<u>91.355.719</u>	<u>90.962.989</u>

Patrimonio

Capital emitido	(15 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		190.207.627	171.097.656
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(15 f)	1.807.964	3.571.099
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>233.644.542</u>	<u>216.297.706</u>
Participaciones no controladoras	(17)	454.374	438.290
Patrimonio total		<u>234.098.916</u>	<u>216.735.996</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>325.454.635</u>	<u>307.698.985</u>

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

	Nota	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.01.2023 30.09.2023 M\$	01.07.2024 30.09.2024 M\$	01.07.2023 30.09.2023 M\$
Estados de Resultados Integrales					
Ingresos de actividades ordinarias		273.904.992	237.397.766	79.988.990	72.807.780
Costo de ventas	(14)	(127.494.573)	(106.700.516)	(38.071.629)	(32.602.543)
Ganancia bruta		146.410.419	130.697.250	41.917.361	40.205.237
Otros ingresos, por función	(25 a)	853.499	742.995	531.916	186.469
Costos de distribución		(3.162.188)	(2.632.783)	(1.042.863)	(986.442)
Gasto de administración	(22)	(116.453.370)	(101.653.471)	(37.640.128)	(34.508.710)
Otros gastos, por función	(25 b)	(483.220)	(285.242)	(99.238)	(6.251)
Otras ganancias (pérdidas)	(25 c)	126.263	374.718	260.512	651.626
Ingresos (gastos) financieros	(30 a)	2.638.018	2.661.175	1.013.229	895.808
Costos financieros	(30 b)	(3.090.072)	(3.036.981)	(1.044.233)	(1.095.413)
Diferencias de cambio	(23)	(995.934)	610.332	(910.039)	968.206
Resultados por unidades de reajuste	(24)	687.037	714.601	95.816	525.263
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		26.530.452	28.192.594	3.082.333	6.835.793
Gasto por impuestos a las ganancias	(11 d)	(7.420.481)	(7.800.608)	(977.859)	(2.011.839)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		19.109.971	20.391.986	2.104.474	4.823.954
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		19.093.903	20.420.438	2.201.265	4.805.876
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(17)	16.068	(28.452)	(96.791)	18.078
Ganancia		19.109.971	20.391.986	2.104.474	4.823.954
Ganancia por acción básica y diluida	(15 g)	\$ 73,9353	\$ 78,8953	\$ 8,1421	\$ 18,6636

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

	Nota	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.01.2023 30.09.2023 M\$	01.07.2024 30.09.2024 M\$	01.07.2023 30.09.2023 M\$
Otros Resultados Integrales					
Ganancia (pérdida)		19.109.971	20.391.986	2.104.474	4.823.954
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		(1.763.135)	5.572.567	(3.562.952)	5.340.078
Otro resultado integral Total		<u>(1.763.135)</u>	<u>5.572.567</u>	<u>(3.562.952)</u>	<u>5.340.078</u>
Resultado Integral Total		<u>17.346.836</u>	<u>25.964.553</u>	<u>(1.458.478)</u>	<u>10.164.032</u>
Resultados Atribuibles a					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		17.330.768	25.993.005	(1.361.687)	10.145.954
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(17)	<u>16.068</u>	<u>(28.452)</u>	<u>(96.791)</u>	<u>18.078</u>
Resultado Integral Total		<u>17.346.836</u>	<u>25.964.553</u>	<u>(1.458.478)</u>	<u>10.164.032</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
30 de septiembre de 2024 (no auditados) y 31 de diciembre de 2023

	Capital emitido M\$	Primas de emisión M\$	Reservas por diferencias de cambio por conversión M\$	Otras reservas varias M\$	Total Otras reservas M\$	Ganancia (pérdida) acumulada M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial período actual 01.01.2024	24.242.787	17.386.164	3.033.660	537.439	3.571.099	171.097.656	216.297.706	438.290	216.735.996
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	19.093.903	19.093.903	16.068	19.109.971
Otro resultado integral	-	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)
Resultado Integral	-	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	19.093.903	17.330.768	16.068	17.346.836
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	16.068	16.068	16	16.084
Total de cambios en patrimonio	-	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	19.109.971	17.346.836	16.084	17.362.920
Saldo final período actual 30.09.2024	24.242.787	17.386.164	1.270.525	537.439	1.807.964	190.207.627	233.644.542	454.374	234.098.916
Saldo inicial período actual 01.01.2023	24.242.787	17.386.164	(2.390.619)	537.439	(1.853.180)	156.946.425	196.722.196	788	196.722.984
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	20.420.438	20.420.438	(28.452)	20.391.986
Otro resultado integral	-	-	5.572.567	-	5.572.567	-	5.572.567	-	5.572.567
Resultado Integral	-	-	5.572.567	-	5.572.567	20.420.438	25.993.005	(28.452)	25.964.553
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(3.154.292)	(3.154.292)	-	(3.154.292)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	(28.452)	(28.452)	(99)	(28.551)
Incremento (disminución) por cambios las participaciones en la propiedad de subsidiarias que no dan lugar a pérdida de control, patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	455.165	455.165
Total de cambios en patrimonio	-	-	5.572.567	-	5.572.567	17.237.694	22.810.261	426.614	23.236.875
Saldo final período actual 30.09.2023	24.242.787	17.386.164	3.181.948	537.439	3.719.387	174.184.119	219.532.457	427.402	219.959.859

(ver nota 15)

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.01.2023 30.09.2023 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		314.398.498	280.344.083
Otros cobros por actividades de operación		1.241.340	338.553
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(207.025.595)	(178.148.618)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(44.348.971)	(37.323.861)
Otros pagos por actividades de operación		(480.353)	(311.271)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>63.784.919</u>	<u>64.898.886</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(8.437.284)	(11.495.746)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)		<u>(12.609.212)</u>	<u>(7.501.750)</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>42.738.423</u>	<u>45.901.390</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.01.2023 30.09.2023 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión		-	4.149
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(5.406.665)	(7.164.723)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(301.253)	(1.995.958)
Importes procedentes de activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		-	228.072
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(573.587)	(511.255)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		-	508.231
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión		(6.101.457)	(13.428.399)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		(12.382.962)	(22.359.883)

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.01.2023 30.09.2023 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		15.890.991	18.858.026
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(24.666.066)	(20.377.066)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(19.697.289)	(16.230.876)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de financiación		2.404	-
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(15 d)	(7.530.236)	(12.617.172)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(1.079.742)	(797.659)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación		-	205.645
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(37.079.938)</u>	<u>(30.959.102)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(6.724.477)	(7.417.595)
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>2.179.889</u>	<u>2.683.471</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		<u>(4.544.588)</u>	<u>(4.734.124)</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		<u>26.726.187</u>	<u>26.850.834</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u>22.181.599</u>	<u>22.116.710</u>

FORUS es una empresa chilena, líder en *retail phygital*, enfocada en la experiencia del consumidor, conectando a las personas con las marcas que nos mueven. La empresa, que diseña, comercializa y distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y a la fecha cuenta con 403 tiendas y 46 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia y Uruguay. FORUS opera un portafolio de 25 marcas incluyendo CAT, RKF, Columbia, Under Armour, Merrell, BSoul, VANS, Hush Puppies, Azaleia y Norseg, entre otras.

Dirección:

Av. Las Condes N° 11.281, Torre C.

Las Condes

Santiago, Chile

Contacto:

Isabel Darrigrandi

Gerente de Relación con Inversionistas

Teléfono: +56 (2) 2923-3035

Email: ir@forus.cl

Website:

www.forus.cl/inversionistas