



crocstm

L'OCCITANE
EN PROVENCE

UNA
VERDADERA
EXPERIENCIA
SENSORIAL



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....2

II. Resumen de Resultados Consolidados.....3

III. Hechos Relevantes del Periodo.....4

IV. Resultados Integrales.....7

V. Análisis de Resultados Consolidados.....9

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....15

VII. Resumen Países.....20

VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS

 - Estados de Situación Financiera Consolidados31

 - Estado Integral de Resultados Consolidados33

 - Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados35

 - Estado de Flujo de Efectivo Consolidados36

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado el 2 de enero del 2024: \$996,46/US\$.
- Simbología para trimestre: 1T, 2T, 3T y 4T.
- Simbología para periodos acumulados: 3M, 6M, 9M, 12M.
- Simbología monedas: CLP o \$: pesos chilenos. US\$: dólares de Estados Unidos. COP: pesos colombianos. UYU: pesos uruguayos. PEN: nuevos soles peruanos.
- Simbología unidades: M: miles. MM: millones.
- DTC (*Direct-to-Consumer* 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

Este trimestre en FORUS anunciamos, con mucho orgullo, la incorporación de dos grandes nuevas marcas a nuestra familia de marcas líderes e innovadoras: L'OCCITANE en Provence, marca francesa líder mundial en el segmento premium de cuidado personal y bienestar; y Crocs, marca estadounidense conocida internacionalmente por su calzado cómodo, creativo y alegre. FORUS obtuvo la distribución exclusiva para Chile de ambas marcas. En diciembre, comenzamos a operar los 7 locales de L'OCCITANE en Provence en el país y, también, abrimos dos tiendas Crocs; además, comenzamos a operar los sitios de *e-commerce* de ambas marcas en Chile. Con la adición de estas dos marcas estelares, reafirmamos nuestro compromiso por seguir invirtiendo e innovando en todos nuestros países, para continuar superando las expectativas de nuestros consumidores.

Este trimestre FORUS registró Ingresos Consolidados por MM \$102.078, un incremento de 14,5% con respecto al mismo periodo del año pasado, y en 2024, los Ingresos Consolidados ascendieron a MM \$375.983, un nuevo récord para FORUS y un alza de 15,1% comparado con 2023. Nuestro EBITDA consolidado registró MM \$19.913 en 4T24, un alza de 52,6%, con un margen EBITDA de 19,5%, una expansión de 487 puntos base. Nuestro EBITDA en 2024 ascendió a MM \$65.367, un aumento de 15,9%, con un margen EBITDA de 17,4%. El crecimiento del EBITDA este trimestre fue impulsado por el margen bruto de 55,2%, que experimentó una expansión de 244 puntos base, y por una mayor eficiencia en la gestión de gastos, reflejada en una mejora de 271 puntos base en el GAV/ventas. La Ganancia este trimestre alcanzó MM \$11.159, un alza de 32,0%, con lo cual la Ganancia de 2024 ascendió a MM \$30.269.

En 4T24, nuestras operaciones en Chile (69,0% del ingreso consolidado) generaron ventas por MM \$70.399, un alza de 10,6%, impulsado por la incorporación de Crocs y L'OCCITANE en Provence al portafolio de marcas, el aumento del turismo argentino, la favorable acogida de la colección de verano de nuestras marcas y por nuestra pasión por entregar una atención de excelencia en todos los canales de venta. El segmento Directo al Consumidor (DTC) creció 10,3% y el *wholesale* aumentó 12,0%. Dentro del DTC, nuestras tiendas registraron un alza de 17,4%, con un SSS de 16,6% y un aumento de 2,2% en la superficie de venta. El canal digital decreció 6,3% y representó un 25% de la venta DTC (22% del total). El EBITDA de Chile aumentó 45,4% con un margen EBITDA de 18,6%, explicado por la expansión de 283 puntos base en el margen bruto y la mejora de 257 puntos base en el GAV/ventas. El mejor margen bruto se logró gracias a la gestión de precios, menores provisiones de obsolescencia y, en menor grado, por una mayor desintermediación en la compra de productos, todo lo cual contrarrestó el impacto negativo en costos de la depreciación del CLP/USD.

Nuestra estrategia *One Forus*, de crecer en forma rentable y sostenible en todos nuestros mercados, continuó rindiendo fruto, en ingresos y rentabilidad, durante 4T24. En su conjunto, las filiales registraron ventas por MM \$31.678, un crecimiento de 24,3%, y un EBITDA de MM \$6.829, un alza de 68,4%, con un margen EBITDA de 21,6%, una expansión de 565 puntos base. El segmento DTC de las filiales anotó un alza de 23,1% en ingresos y de 55,3% en EBITDA este trimestre. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas de nuestras filiales creció 27,7%, impulsado por un aumento de 14,7% en la venta por m² y por un crecimiento de 9,3% en la superficie de venta (8 aperturas, netas, en 12 meses); el canal digital, a su vez, aumentó 10,7%, con lo cual digital representó un 25% de la venta DTC de las filiales (21% del total).

II. Resumen de Resultados Consolidados

Cuarto trimestre 2024

- Los Ingresos Consolidados del 4T24 alcanzaron MM \$102.078, un crecimiento de 14,5% con respecto al mismo periodo del año pasado. Los ingresos del 4T24 anotaron un nuevo récord para un 4T.
- La Ganancia Bruta de MM \$56.302 en 4T24 creció 19,8%, con un margen bruto de 55,2%, una expansión de 244 puntos base con respecto al 4T23.
- El Resultado Operacional de MM \$12.263 en 4T24 creció 100,4%, con un margen operacional de 12,0%, una expansión de 515 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$19.913 en 4T24 aumentó 52,6%, con un margen de 19,5%, una expansión de 487 puntos base con respecto al 4T23.
- La Ganancia de MM \$11.159 en 4T24 creció 32,0%, con un margen neto de 10,9%, una expansión de 145 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales decrecieron 1,8% en 4T24 y representaron 25% de la venta DTC (21% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales crecieron 24,3% y representaron 31,0% del Ingreso Consolidado en 4T24. El EBITDA de las filiales aumentó 68,4% y representó 34,3% del EBITDA consolidado de FORUS.

Año 2024

- Los Ingresos Consolidados del periodo 2024 alcanzaron MM \$375.983, un alza de 15,1% con respecto al 2023, logrando un nuevo récord en ventas para FORUS.
- La Ganancia Bruta de MM \$202.712 en 2024 creció 14,1%, con un margen bruto de 53,9%, una contracción de 50 puntos base con respecto al 2023.
- El Resultado Operacional de MM \$39.058 en 2024 aumentó 20,1%, con un margen operacional de 10,4%, una expansión de 43 puntos base con respecto al 2023.
- El EBITDA de MM \$65.367 en 2024 creció 15,9%, con un margen de 17,4%, una leve mejora de 12 puntos base con respecto al 2023.
- La Ganancia de MM \$30.269 en 2024 creció 4,9%, con un margen neto de 8,1%, una contracción de 78 puntos base con respecto al 2023.
- Los ingresos digitales aumentaron 16,1% en 2024 y representaron 26% de la venta DTC (21% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales crecieron 29,9% y representaron 28,9% del Ingreso Consolidado en 2024. El EBITDA de las filiales aumentó 43,4% y representó 31,5% del EBITDA consolidado de FORUS.

III. Hechos Relevantes del Periodo

En Memoria: Alfonso Swett Opazo

Con profundo pesar, lamentamos el fallecimiento el 24 de noviembre de nuestro estimado Director, el Sr. Alfonso Swett Opazo. Alfonso dejó un enorme legado, destacado por su brillante carrera profesional como empresario y líder gremial, su gran vocación académica y docente, su leal compromiso al servicio público y social y, sobre todo, por su gran calidad humana, como hombre de familia y amigo. Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA de la Universidad de Duke (USA), Alfonso abarcó múltiples ámbitos durante su destacada trayectoria profesional. Alfonso fue Director Ejecutivo, y luego Director, de FORUS, desde 2006 a 2024. También fue Director de Elecmetal, Olisur e Inmobiliaria Costanera y Gerente General de Costanera S.A.C.I. Entre 2018 y 2020, fue presidente de la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC); También fue Director Ejecutivo del *Business and Industry Advisory Council* (BIAC) de la OECD (Paris, Francia); Presidente del Comité Ejecutivo CLAPES UC; Director del *Endowment* de la Pontificia Universidad Católica de Chile; Integrante del comité de inversiones del *Endowment* de la Pontificia Universidad Católica de Chile; Consejero de la Facultad de Economía y Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile; Director de ACN Chile (Ayuda a la Iglesia que Sufre), del Instituto de Directores de Chile (IdDC); y Miembro del Consejo de Política Exterior del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. Alfonso fue, además, profesor de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile, vicepresidente de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), director de ICARE y asesor económico del Presidente Sebastián Piñera.

FORUS firma acuerdo para ser distribuidor exclusivo de Crocs en Chile

En diciembre FORUS S.A. firmó un acuerdo con Crocs, Inc., para ser el distribuidor exclusivo para Chile de esta innovadora marca, reconocida en todo el mundo por su calzado casual, que combina comodidad, creatividad y estilo, para todas las edades. A nivel mundial, se han vendido más de 100 millones de pares de Crocs en más de 80 países, a través de canales DTC, *wholesale* y distribuidores exclusivos. Con este acuerdo, FORUS comercializará los productos Crocs, y sus accesorios Jibbitz, en todo Chile a través de nuestras tiendas Crocs, nuestras tiendas multi-marca y, también, a través de los canales digitales y *wholesale*. En diciembre inauguramos oficialmente nuestras primeras dos tiendas Crocs en Chile (con planes de abrir más en 2025) y lanzamos nuestro sitio de comercio electrónico: www.crocs.cl.

FORUS obtiene distribución exclusiva para Chile de L'OCCITANE en Provence

En diciembre FORUS entró a una nueva categoría de productos, al obtener la distribución exclusiva para Chile de L'OCCITANE en Provence, marca francesa conocida internacionalmente por sus productos premium y sostenibles de belleza y cuidado personal. En la transacción, FORUS adquirió a Comercial Aguablanca S.A. la operación en Chile de L'OCCITANE en Provence y, paralelamente, firmó un contrato de distribución exclusiva para Chile con L'Occitane International S.A. La operación en Chile de la marca

actualmente consiste en 6 tiendas (y un módulo) y un sitio de comercio electrónico (cl.loccitane.com). FORUS comercializará la marca en todo Chile a través de nuestros canales DTC (tiendas y canales digitales), y también a través del *wholesale*. L'Occitane International S.A. distribuye sus productos en 90 países alrededor del mundo y es una Empresa B certificada.

Aperturas y cierres de tienda

Durante el 4T24, FORUS abrió un total de 14 tiendas, incluyendo 10 en Chile, 2 en Uruguay, 1 en Perú y 1 en Colombia. En Chile, 9 aperturas corresponden a las marcas que agregamos en diciembre: 2 tiendas Crocs y 7 locales l'OCCITANE en Provence; también abrimos una tienda VANS en Chile en este periodo. En Uruguay, destacamos la apertura de nuestra segunda tienda MANGO, una *flagship* de 367 metros cuadrados, en Montevideo. También abrimos 1 tienda Hush Puppies en Uruguay y 2 tiendas Columbia, en Perú y Colombia.

Lanzamos el nuevo sitio web de SOREL en Chile

Fundada en 1962, SOREL combina calidad con diseño para crear calzado para todas las temporadas, destacando su funcionalidad y moda. En octubre lanzamos SOREL.cl para ofrecer las colecciones de SOREL, incluyendo sus icónicas botas y sandalias. Con este sitio, FORUS termina el año con 49 sitios de comercio electrónico en 4 países.

MERRELL Trail Tour Chile 2024

Este año MERRELL nuevamente auspició y organizó el *Trail Tour*, una serie de cinco carreras de *trail running* en diferentes localidades y regiones de Chile, incluyendo tres carreras realizadas en los meses de noviembre y diciembre. La *MERRELL GTVUT* se realizó los días 15 y 16 de noviembre, en Valle Las Trancas, al sur del país, con circuitos de 50K, 25K, 18K y 10K. El evento *Andes Mountain Marathon by MERRELL* celebró su sexta edición el 30 de noviembre, en La Parva, Farellones, con distancias de 42K, 21K y 10K. Finalmente, se concluyó la serie de carreras 2024 con la sexta edición del *Navarino Trail by MERRELL*, realizado el 14 de diciembre en la Reserva de la Biosfera de Cabo de Hornos, al extremo sur del país, con circuitos de 50K y 25K. Todas las carreras del *MERRELL Trail Tour* este año contaron con la amplia participación de destacados atletas y deportistas aficionados. Además, aprovechamos de anunciar que nuestra carrera *Andes Mountain Marathon by MERRELL* fue seleccionada para formar parte del *MERRELL Skyrunner World Series 2025*, donde atletas de elite de todo el mundo compiten en 23 carreras en 16 países en cuatro continentes.

Voluntariados

De la mano de nuestras marcas RKF y Columbia, este diciembre, llevamos a los niños del hogar Koinomadelfia al Cerro Manquehue para disfrutar de un día lleno de actividades y talleres al aire libre. Además, contamos con una especial visita del Viejito Pascuero, quien repartió regalos a los niños.

Caminando y corriendo con Hush Puppies en Perú y Chile

El 6 de octubre Hush Puppies Perú realizó la sexta edición de su “Caminata Familiar con Perros” en el Parque Olímpico Pentagonito en San Borja. Cientos de personas participaron, junto a sus mascotas, para recorrer el circuito de 5K, con el propósito de recaudar fondos para el albergue “Voz Animal Perú”, que se dedica a cuidar y encontrar nuevos hogares para perros y gatos rescatados. El 7 de diciembre Hush Puppies Chile organizó el primer evento “Hush Puppies Walk & Run” en la comuna de Lo Barnechea, en Santiago. Más de 400 personas participaron, con sus perros, en los circuitos de 1,5K y 3K. Además de las carreras, el evento contó con juegos para perros y actividades para los niños, para disfrutar en familia.

Under Armour: Maratón y Duatlón en Bogotá

Este trimestre Under Armour realizó dos importantes eventos para impulsar el deporte y apoyar a los atletas en Colombia. El 1 de diciembre Under Armour fue el principal patrocinador de la 1ª edición de la 42K Challenge en Bogotá, la primera maratón oficial realizada en la capital de Colombia, y que otorga clasificación directa a la prestigiosa Maratón de Boston, en EE.UU. Esta primera edición contó con la participación de 4.000 corredores, de los cuales casi la mitad usaron la camiseta de Under Armour. Además, el 3 de noviembre celebramos la Under Armour Duatlón Bogotá, una carrera de *running* y ciclismo que contó con la participación de aproximadamente 1.500 competidores.

BSoul by Radical

El 8 de noviembre lanzamos la innovadora colaboración BSoul by Radical. Radical es una reconocida marca de trajes de baño española. La colaboración incluye vestuario deportivo, trajes de baño de una pieza y bikinis.

IV. Resultados Integrales

Cuarto trimestre:

	4T24		4T23		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	102.077.668		89.157.122		14,5%
Costos de ventas	(45.776.117)	-44,8%	(42.155.515)	-47,3%	8,6%
Ganancia Bruta	56.301.551	55,2%	47.001.607	52,7%	19,8%
Gastos de distribución	(1.266.742)	-1,2%	(865.817)	-1,0%	46,3%
Gastos de administración	(42.771.743)	-41,9%	(40.016.073)	-44,9%	6,9%
Gastos de administración y ventas	(44.038.485)	-43,1%	(40.881.890)	-45,9%	7,7%
Resultado Operacional	12.263.066	12,0%	6.119.717	6,9%	100,4%
Otros Ingresos, por función	199.520		318.525		-37,4%
Otros Gastos, por función	115.588		103.136		12,1%
Ingresos financieros	599.082		1.666.335		-64,0%
Gastos financieros	(1.834.695)		(959.556)		91,2%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	1.751.410		(437.929)		-499,9%
Resultados por unidades de reajuste	965.061		547.819		76,2%
Otras ganancias y pérdidas	38.666		1.026.570		-96,2%
Resultado No Operacional	1.834.632	1,8%	2.264.900	2,5%	-19,0%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	14.097.698	13,8%	8.384.617	9,4%	68,1%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(2.938.837)		65.935		-4557,2%
Ganancia (pérdida)	11.158.861	10,9%	8.450.552	9,5%	32,0%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	10.999.296		8.439.665		30,3%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	159.565		10.887		1365,6%
Ganancia (pérdida)	11.158.861	10,9%	8.450.552	9,5%	32,0%
EBITDA	19.913.140	19,5%	13.051.775	14,6%	52,6%

Año 2024:

	2024 M\$	% Ing.	2023 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	375.982.660		326.554.888		15,1%
Costos de ventas	(173.270.690)	-46,1%	(148.856.031)	-45,6%	16,4%
Ganancia Bruta	202.711.970	53,9%	177.698.857	54,4%	14,1%
Gastos de distribución	(4.428.930)	-1,2%	(3.498.600)	-1,1%	26,6%
Gastos de administración	(159.225.113)	-42,3%	(141.669.544)	-43,4%	12,4%
Gastos de administración y ventas	(163.654.043)	-43,5%	(145.168.144)	-44,5%	12,7%
Resultado Operacional	39.057.927	10,4%	32.530.713	10,0%	20,1%
Otros Ingresos, por función	1.053.019		1.061.520		-0,8%
Otros Gastos, por función	(367.632)		(182.106)		101,9%
Ingresos financieros	3.237.100		4.327.510		-25,2%
Gastos financieros	(4.924.767)		(3.996.537)		23,2%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	755.476		172.403		338,2%
Resultados por unidades de reajuste	1.652.098		1.262.420		30,9%
Otras ganancias y pérdidas	164.929		1.401.288		-88,2%
Resultado No Operacional	1.570.223	0,4%	4.046.498	1,2%	-61,2%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	40.628.150	10,8%	36.577.211	11,2%	11,1%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(10.359.318)		(7.734.673)		33,9%
Ganancia (pérdida)	30.268.832	8,1%	28.842.538	8,8%	4,9%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	30.093.199		28.860.103		4,3%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	175.633		(17.565)		-1099,9%
Ganancia (pérdida)	30.268.832	8,1%	28.842.538	8,8%	4,9%
EBITDA	65.366.853	17,4%	56.386.068	17,3%	15,9%

V. Análisis de Resultados Consolidados

Ingreso y Resultado Operacional

- **FORUS registró Ingresos Consolidados por MM \$102.078 en 4T24, un aumento de 14,5% con respecto al mismo periodo del año pasado. En el año 2024, los Ingresos Consolidados ascendieron a MM \$375.983, un nuevo récord para FORUS y un alza de 15,1% comparado con 2023.**

En Chile registramos ingresos por MM \$70.399 en 4T24 y MM \$267.140 en 2024, representando crecimientos de 10,6% y 10,0%, respectivamente, dentro de un entorno macroeconómico que continuó desafiante para el consumo. La tasa de desempleo se mantuvo elevada este trimestre (8,1%) con un alto nivel de informalidad (26,4%), mientras que el poder adquisitivo de los chilenos siguió presionado por la inflación (4,5% en diciembre) y elevadas tasas de interés, todo lo cual contribuyó a que la confianza del consumidor (41,9 en diciembre) se mantuviera estancada en terreno pesimista (50 es neutro). A esto se suma que la cadena de suministros internacional, al igual que todo el año, continuó sufriendo desafíos, complejizando la gestión de inventarios del *retail*.

Dicho todo esto, el *retail* en Chile se vio favorecido este trimestre por los turistas argentinos que, según la Subsecretaría de Turismo, aumentaron sus visitas a Chile en un 73,2% en 2024. Con una estadía promedio de 8,6 días y un gasto promedio de 63,3 dólares diarios, de los cuales 26,3% se destinaron a compras, los turistas argentinos aprovecharon el diferencial de precios y la amplia selección de productos en nuestro territorio para hacer *shopping* en Chile en 2024.

Dentro de este contexto, si miramos nuestras ventas en Chile, por segmento, el directo al consumidor (DTC) registró un alza de 10,3%, mientras que el *wholesale* aumentó un 12,0% este trimestre. Dentro del segmento DTC (85% del ingreso de Chile), el canal digital registró un decrecimiento de 6,3%, mientras que el canal presencial reportó un aumento de 17,4% en 4T24. Nuestras tiendas en Chile (75% de la venta DTC) registraron un SSS de 16,6% y una venta por metro cuadrado que aumentó 17,7% este trimestre. A fines de diciembre, la superficie de venta aumentó 2,0% comparado con diciembre 2024 (8 tiendas más, neto, en 12 meses). Durante 4T24, abrimos 10 locales (7 de L'OCCITANE en Provence, 2 de Crocs y 1 de VANS), para terminar el año con 268 tiendas en Chile.

Nuestras filiales, en su conjunto, anotaron ingresos por MM \$31.678 en 4T24 y MM \$108.843 en 2024, un crecimiento de 24,3% y 29,9%, respectivamente, explicado por el robusto crecimiento en moneda local de los tres países, 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 31,0% este trimestre (comparado con 28,6% en 4T23). Destacamos que la venta digital de las filiales creció 10,7% en 4T24 y representó un 25% de la venta DTC (21% 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 24,2% en 4T24 (14,3% en moneda local) y 29,0% en 2024 (15,6% en moneda local). Este trimestre, el crecimiento fue impulsado 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. En 4T24, el segmento DTC (83% de los ingresos) registró un alza de 18,9% (9,3% en moneda local) y el segmento *wholesale* (17% de los ingresos), un crecimiento de 57,3% (46,1% en moneda local). El crecimiento del segmento *wholesale* se explica, principalmente, por la entrada de nuestras marcas a nuevos puntos de venta de clientes mayoristas durante el año. Dentro del segmento DTC, el canal digital registró un crecimiento de 24,2% y representó un 15% de la venta DTC (13% del ingreso total), mientras que el canal presencial registró un alza de 18,1%, impulsado por crecimiento de 3,4% en SSS y por aperturas de tiendas en 4T24. Durante este trimestre, abrimos 1 tienda de la marca Columbia (y cerramos una tienda RKF), y en el periodo de los últimos doce meses a diciembre 2024, abrimos 4 tiendas, netas (5 aperturas + 1 cierre); esto último equivale a un aumento de 6,2% en la superficie de venta. La venta por m² aumentó 8,7% (-0,3% en moneda local) en 4T24 y presentó un aumento de 21,4% (8,6% en moneda local) en 2024.
- En **Uruguay** los ingresos crecieron 25,0% en 4T24 (25,0% en moneda local) y 29,4% en 2024 (19,1% en moneda local). Este trimestre, el aumento se explica por el sólido desempeño del segmento DTC (91% de los ingresos) que creció 20,8% (20,6% en moneda local) y por el segmento *wholesale* (9% de los ingresos) que subió 93,4% (97,4% en moneda local). Dentro del segmento DTC, el canal digital aumentó 11,9%, y representó un 22% de la venta DTC (20% del total) este trimestre. La venta en tiendas (71% del total), a su vez, creció 23,5% este trimestre, impulsado por SSS y nuevas aperturas. Durante el 4T24, abrimos dos tiendas (incluyendo la *flagship* de MANGO) y se cerró una tienda; en el periodo de los últimos doce meses, abrimos 1 tienda, neta (3 aperturas y 2 cierres), con lo cual la superficie de ventas aumentó 9,7% en ese periodo. El SSS de Uruguay en 4T24 fue 10,4% (en moneda local); la venta por m² aumentó 11,6% (11,7% en moneda local) este trimestre y en 2024 registró un aumento de 18,1% (8,8% en moneda local).
- En **Colombia**, la venta creció 23,6% en 4T24 (22,9% en moneda local) y 31,5% en 2024 (13,0% en moneda local). Este trimestre el crecimiento fue impulsado, principalmente, por el segmento DTC (77% de los ingresos) que aumentó 30,6% (29,8% en moneda local). El segmento *wholesale* (23% de los ingresos), a su vez, contribuyó con un crecimiento de 5,0% (4,6% en moneda local) en el mismo periodo. El alza en ventas en nuestro segmento DTC es destacable si se considera el desafiante entorno macroeconómico, marcado por un alto nivel de desempleo y de inflación, entre otros factores. Dentro del segmento DTC, el canal presencial (48% de la venta) creció 53,1%, mientras que el canal digital (38% del DTC) creció 5,1%. Durante 4T24 abrimos una tienda, mientras que en el periodo de los últimos doce meses abrimos 3 tiendas, netas (3 aperturas + 0 cierres), lo que equivale a un incremento de 13,6% en la superficie de venta. SSS

alcanzó 8,8% (en moneda local) este trimestre. La venta por m2 registró un alza de 30,4% (6,9% en moneda local) en 4T24, y un aumento de 22,8% (-0,4% en moneda local) en 2024.

- **La Ganancia Bruta de MM \$56.302 aumentó 19,8% en 4T24 y el margen bruto alcanzó 55,2%, una expansión de 244 puntos base. En 2024, la Ganancia Bruta de MM \$202.712 creció 14,1%, con un margen bruto de 53,9%, un deterioro de 50 puntos base.**

En Chile, la ganancia bruta creció 16,5% en 4T24, con un margen bruto de 55,4%, una expansión de 283 puntos base. Esta mejora se atribuye, principalmente, a una efectiva gestión de precios, menores provisiones por obsolescencia de inventario y, en menor grado, por una mayor desintermediación en la compra de productos. Todo lo anterior permitió contrarrestar el impacto negativo de la depreciación del peso chileno frente al dólar (CLP/USD) durante el año. En 2024, el CLP/USD promedio se depreció un 12,4% en promedio con respecto al 2023 (\$944 en 2024 y \$839 en 2023), lo que impactó nuestros costos: la colección primavera/verano de este año, de hecho, entró a un dólar promedio un 11,8% más alto que la misma colección del año anterior. En 4T24, la ganancia bruta del segmento DTC (87% de la ganancia bruta total de Chile) experimentó un crecimiento de 13,1%, con un margen bruto de 57,0%, equivalente a una expansión de 138 puntos base. Por otro lado, la ganancia bruta del segmento *wholesale* (13% del total de Chile) aumentó 46,9% con un margen bruto de 46,7%, una expansión de 1.110 puntos base.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, aumentó 27,8% en 4T24, con un margen bruto de 54,6%, una expansión de 152 puntos base. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** Este trimestre la ganancia bruta aumentó 22,6% y el margen bruto de 57,5% se deterioró en 75 puntos base, explicado por el deterioro del margen bruto en segmento DTC y por el *mix* de ventas, dado que el segmento *wholesale* (que tiene un menor margen bruto) registró un mayor crecimiento que el segmento DTC. La ganancia bruta del segmento DTC (85% de la ganancia bruta total de Perú) creció 17,9%, con un margen bruto de 59,5%, un deterioro de 52 puntos base, explicado por la alta base de comparación y por mayores descuentos. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (15% del total), a su vez, registró un alza de 60,3% con un margen bruto de 47,8%, una expansión de 87 puntos base.
- **Uruguay:** En 4T24, la ganancia bruta aumentó 24,2% y el margen bruto de 58,0% se deterioró en 41 puntos base, explicado por el *mix* de ventas, dado que el segmento *wholesale* (que tiene un menor margen bruto) registró un mayor crecimiento que el segmento DTC, y también por el deterioro de margen bruto del segmento *wholesale*. La ganancia bruta del segmento DTC (94% de la ganancia bruta total de Uruguay) creció 22,5%, con un margen bruto de 59,9%, una expansión de 86 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* creció 56,5% con un margen bruto de 38,6%, un deterioro de 909 puntos base.

- **Colombia:** Este trimestre la ganancia bruta creció 39,3% y el margen bruto de 48,7% se expandió en 548 puntos base, impulsado por el segmento DTC. La ganancia bruta en el segmento DTC (85% de la ganancia bruta total de Colombia) aumentó 48,4%, con un margen bruto de 53,9%, una expansión de 644 puntos base, explicado en parte por menores provisiones de obsolescencia de inventario. La ganancia bruta en el segmento *wholesale* (15% del total) creció 3,6%, con un margen bruto de 31,5%, un deterioro de 43 puntos base.
- **En 4T24, el Resultado Operacional de MM \$12.263 creció 100,4%, con un margen operacional de 12,0%, una expansión de 515 puntos base. En 2024, el Resultado Operacional de MM \$39.058 aumentó 20,1%, con un margen operacional de 10,4%, una expansión de 43 puntos base.**

En Chile este trimestre registramos un Resultado Operacional de MM \$7.591, un alza de 121,6% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 10,8%, una expansión de 540 puntos base. El crecimiento del Resultado Operacional este trimestre se explica, principalmente, por la expansión del margen bruto y por una mayor eficiencia en el gasto. Este trimestre, el GAV aumentó solamente 4,6%, por lo que el GAV/ingresos mejoró 257 puntos base. Esta mayor eficiencia es destacable, considerando que este trimestre continuamos enfrentando: i) el impacto del alza del salario mínimo en los sueldos base de nuestra fuerza de venta; ii) la presión de inflación en nuestros gastos (arriendos y remuneraciones); iii) gastos asociados a la incorporación de nuevas marcas; y iv) mayores gastos asociados a desarrollos tecnológicos enfocados en brindar una mejor experiencia al cliente y mejorar la productividad de nuestras operaciones.

Este trimestre, el Resultado Operacional del segmento DTC creció 32,5%, con un margen operacional de 12,4%, una expansión de 207 puntos base, explicado por la expansión de 138 puntos base en el margen bruto y la mejora de 69 puntos base en el GAV/ventas. El Resultado Operacional del segmento *wholesale*, a su vez, registró una ganancia de MM \$191 este trimestre, comparado con una pérdida de MM \$2.161 en 4T23.

En 4T24 las filiales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$4.672, un crecimiento de 73,4%, con un margen operacional de 14,7%, una expansión de 418 puntos base. Las tres filiales contribuyeron al crecimiento del resultado operacional, con un desempeño particularmente robusto de parte de Colombia y Uruguay:

- **Perú:** En 4T24 el resultado operacional de MM \$1.728 aumentó 8,5%, con un margen operacional de 16,0%, un deterioro de 233 puntos base, explicado por el menor margen bruto (75 puntos base) y la mayor presión en el GAV/ventas (157 puntos base). El resultado operacional del segmento DTC (93% del total) creció 15,9%, con un margen operacional de 18,0%, un deterioro de 52 puntos base. El resultado operacional del segmento *wholesale* (7% del total) decreció 40,7%, con un margen operacional de 6,6%, un deterioro de 1.087 puntos base.

- **Uruguay:** Este trimestre Uruguay registró un resultado operacional de MM \$1.291, un crecimiento de 129,2%, con un margen operacional de 12,8%, lo que representa una expansión de 584 puntos base. El resultado operacional del segmento DTC (90% del total) aumentó 89,0% con un margen operacional de 12,7%, una expansión de 457 puntos base. El resultado operacional del segmento *wholesale* (10% del total) registró una ganancia de MM \$134, comparado con una pérdida de MM \$49 en 4T23, con un margen operacional de 14,6%, una expansión de 2.495 puntos base.
- **Colombia:** En 4T24 el resultado operacional de MM \$1.653 creció 207,3%, con un margen operacional de 15,2%, una expansión de 911 puntos base. El resultado operacional del segmento DTC registró un alza de 88,3% este trimestre, con un margen operacional de 17,7%, una expansión de 542 puntos base. El segmento *wholesale* registró un resultado operacional de MM \$180 este trimestre, comparado con una pérdida operacional de MM \$244 en 4T23, con un margen operacional de 7,2%, una expansión de 1.733 puntos base.

Resultado No Operacional

- En 4T24, el Resultado No Operacional de MM \$1.835 en 4T24 decreció 19,0%, comparado con el mismo periodo del año pasado. En 2024, el Resultado No Operacional de MM \$1.570 decreció 61,2%, comparado con 2023.

El menor Resultado No Operacional este trimestre se debe, principalmente, a la variación en *Ingresos/(Gastos) Financieros, Netos*, que registró un gasto financiero, neto, de MM \$1.236 este trimestre, principalmente asociado a mayores pasivos por arrendamientos, comparado con un ingreso financiero, neto, de MM \$707 en 4T23. Esto fue compensado, parcialmente por la cuenta *Diferencias de Cambio*, que registró una ganancia de MM \$1.751 este trimestre, comparado con una pérdida de MM \$438 en 4T23, que se explica, principalmente, por la apreciación del USD contra el CLP (al cierre de diciembre, el CLP/USD fue \$996 comparado con \$951 al cierre de junio) y su impacto en activos denominados en USD. Además, este trimestre registramos un crecimiento de 76,2% en la cuenta Resultados por Unidades de Reajuste, explicado principalmente por el ajuste por IPC de nuestros activos tributarios.

Utilidad y EBITDA

- En 4T24, FORUS reportó una Ganancia de MM \$11.159, un crecimiento de 32,0%, con un margen neto de 10,9%, una expansión de 145 puntos base. En 2024, la Ganancia de MM \$30.269 aumentó 4,9%, con un margen neto de 8,1%, una contracción de 78 puntos base.

En 4T24, la Ganancia del Ejercicio es atribuible principalmente al Resultado Operacional y, en menor grado, al Resultado No Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$8.282 (74,2% de la Ganancia de FORUS), un alza de 25,4%. Las filiales, en su conjunto, contribuyeron una Utilidad Neta de MM \$2.877 en 4T24 (25,8% de la Ganancia consolidada), lo que representó un alza de 55,7%.

- **En 4T24 el EBITDA de FORUS registró MM \$19.913, un alza de 52,6%, con un margen EBITDA de 19,5%, una expansión de 487 puntos base. En 2024, el EBITDA de MM \$65.367 aumentó 15,9%, con un margen EBITDA de 17,4%, una expansión de 12 puntos base.**

En 4T24 Chile aportó el 65,7% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 34,3%, donde Perú contribuyó 13,0%; Colombia, 11,7%; y Uruguay, 9,6%. El EBITDA de Chile creció 45,4%, mientras que el EBITDA de las filiales aumentó 68,4%, este trimestre.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Dic-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	212.842	193.480	19.362	10,0%
Activo No Corriente	146.443	114.219	32.224	28,2%
Total Activos	359.285	307.699	51.586	16,8%

El **Activo Corriente** aumentó 10,0% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otros Activos Financieros Corrientes*, que aumentó MM \$14.513 por la inversión temporal de excedentes de caja producto de los mayores ingresos por ventas; *Inventarios*, que registró un alza de MM \$4.884, impulsado, en parte, por la incorporación de las marcas Crocs y L'OCCITANE en Provence; y *Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar*, que se incrementó en MM\$ 4.660.

El **Activo No Corriente** aumentó 28,2% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$30.518, principalmente, por el incremento en derechos de uso por la incorporación de nuevas tiendas y por las renovaciones de contratos de arrendamiento y, también, por los avances en la construcción de nuestro segundo CD en Chile.

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

	Dic-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	67.310	58.545	8.765	15,0%
Pasivo No Corriente	54.837	32.418	22.419	69,2%
Patrimonio	237.138	216.736	20.402	9,4%
Total Patrimonio y Pasivos	359.285	307.699	51.586	16,8%

El **Pasivo Corriente** presentó un aumento de 15,0%, explicado, principalmente, por *Otros Pasivos por Arrendamientos, Corriente*, que aumentó MM \$3.838, y *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que aumentó MM \$2.764. El aumento en ambas cuentas se explica principalmente por la mayor compra de inventarios.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 69,2%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM \$22.107, asociado a la incorporación de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones en el largo plazo.

• Patrimonio

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

	Dic-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	-
Otras Reservas	23.022	20.957	2.065	9,9%
Utilidades Acumuladas	189.259	171.098	18.161	10,6%
Participaciones no Controladas	614	438	176	40,1%
Total Patrimonio	237.138	216.736	20.402	9,4%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$20.402 debido, principalmente, al crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. Las utilidades de la compañía alcanzaron MM \$30.269 al 31 de diciembre 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.	2.230
Uruforus S.A.	54
Forus Colombia S.A.S.	(219)
Total diferencias de conversión	2.065

Razones Financieras

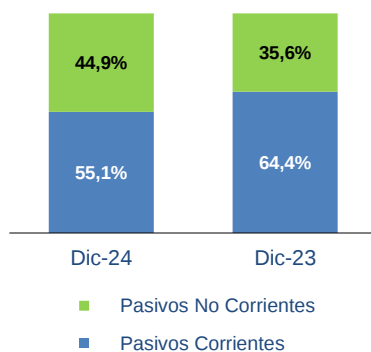
• Índices de Endeudamiento y Liquidez

	Unidad	Dic-24	Dic-23	Variación
Coficiente endeudamiento	veces	0,52	0,42	0,10
Cobertura de Intereses	veces	13,27	14,11	-0,84

	Unidad	Dic-24	Dic-23	Variación
Liquidez corriente	veces	3,16	3,30	-0,14
Razón Ácida	veces	1,80	1,82	-0,02

La liquidez corriente y la razón ácida presentan una leve variación, principalmente, por la mayor porción corriente de pasivos por arrendamientos. La razón ácida también refleja el aumento de 5,6% en inventarios.

	Unidad	Dic-24	Dic-23
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	55,1%	64,4%
Pasivos No Corrientes	%	44,9%	35,6%



- **Índices de Rentabilidad (periodo de 12M)**

	Unidad	Dic-24	Dic-23	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	8,4%	9,4%	-0,9%
Rentabilidad s/Ventas	%	8,1%	8,8%	-0,8%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	12,8%	13,3%	-0,5%
Utilidad por Acción	\$	117,1	111,6	5,5

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$117,1 en el periodo 2024**, lo que equivale a un alza de \$5,5 comparado con 2023, lo que representa crecimiento de 4,9%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Dic-2024 MM\$	Dic-2023 MM\$	Variación MM\$
Flujos de Operaciones	68.317	67.816	501
Flujos de Inversión	(25.965)	(12.832)	(13.133)
Flujos de Financiamiento	(47.185)	(58.357)	11.172

Las **actividades de operaciones** generaron una variación positiva respecto al año anterior por MM \$501, debido principalmente a la mayor recaudación por ventas.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación negativa respecto al año anterior por MM \$13.133, principalmente, por la colocación de recursos asociados a fondos en inversiones de fácil liquidación que mantiene la compañía, la construcción del nuevo CD en Chile y, en menor grado, por inversiones relacionadas a la incorporación de las dos nuevas marcas en Chile.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación positiva respecto al año anterior por MM \$11.172, principalmente por el menor pago de préstamos asociados a la compra de inventario y también por menor pago de dividendos.

Análisis de Riesgo de Mercado

Riesgo regional: En América Latina el crecimiento económico fue moderado en 4T24. En **Chile**, el IMACEC creció 2,3%, 2,1% y 6,6% en octubre, noviembre y diciembre, respectivamente (PIB 4T24 estimado de 3,2%). La tasa de inflación acumulada a 12 meses anotó 4,5% en diciembre, elevándose respecto a la tasa de 4,1% registrada en septiembre 2024. La tasa de desocupación en diciembre fue 8,1%, una disminución de 0,4 puntos porcentuales en doce meses. En diciembre, la confianza de los consumidores chilenos se mantuvo en terreno negativo al registrar 41,9 (50 es neutro), una leve mejora con respecto a septiembre de este año (41,0). En **Uruguay** se estima que el PIB creció 3,8% en 4T24, comparado con el 4,1% alcanzado en 3T24. La tasa de inflación a doce meses se elevó a 5,5% en diciembre, comparado con 5,3% en septiembre. El desempleo, a su vez, fue de 7,4% en diciembre, disminuyendo con respecto a septiembre (8,1%). En **Perú** se estima que la economía creció 3,4% en 4T24, luego de crecer 3,8% en 3T24. La tasa de inflación acumulada a doce meses a diciembre se mantuvo moderada, a 2,0%, comparado con 1,8% a septiembre. En **Colombia** se estima que el PIB creció 2,3% en 4T24, comparado con el 2,0% alcanzado en 3T24. La tasa de inflación a doce meses acumulado alcanzó 5,2% en diciembre, comparado con 5,8% en septiembre. El desempleo en diciembre alcanzó 9,1%, sin variación con respecto a septiembre.

Riesgo cambiario: Las fluctuaciones de los tipos de cambio de cada país contra el USD impactan directamente el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. El CLP/USD ha presentado una alta volatilidad durante los últimos doce meses; al cierre del 31 de diciembre de 2024, registró una depreciación de 13,6% con respecto al año pasado. Con respecto a las otras monedas locales: al cierre de diciembre, el PEN de Perú se depreció 1,5% contra el USD; el UYU de Uruguay se depreció 12,9%; y el COP de Colombia, 15,4% (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 2025, y con un mínimo nivel de endeudamiento.

VII. Resumen Países

Ingresos (Millones Ch\$)

	4T24	4T23	Var %	Moneda Local	2024	2023	Var %	Moneda Local
Chile	70.399	63.666	10,6%	10,6%	267.140	242.784	10,0%	10,0%
Colombia	10.841	8.770	23,6%	22,9%	34.087	25.931	31,5%	13,0%
Perú	10.779	8.677	24,2%	14,3%	37.167	28.801	29,0%	15,6%
Uruguay	10.058	8.044	25,0%	25,0%	37.589	29.039	29,4%	19,1%
Total Filiales	31.678	25.491	24,3%		108.843	83.771	29,9%	
Total Forus	102.078	89.157	14,5%		375.983	326.555	15,1%	

Ingresos (% total)

	4T24	4T23	2024	2023
Chile	69,0%	71,4%	71,1%	74,3%
Colombia	10,6%	9,8%	9,1%	7,9%
Perú	10,6%	9,7%	9,9%	8,8%
Uruguay	9,9%	9,0%	10,0%	8,9%
Total Filiales	31,0%	28,6%	28,9%	25,7%

Same Store Sales (en moneda local)

	2024				2024	2023
	1T	2T	3T	4T	12M	12M
Chile	4,1%	21,4%	5,8%	16,6%	12,6%	7,6%
Colombia	-0,3%	8,6%	3,5%	8,8%	5,7%	15,3%
Perú	0,4%	20,2%	17,7%	3,4%	10,4%	-3,9%
Uruguay	7,6%	9,0%	4,4%	10,4%	8,1%	4,6%

Digital (% de la Venta)

	2024				2024
	1T	2T	3T	4T	12M
Chile	18%	29%	17%	22%	21%
Colombia	26%	26%	27%	29%	27%
Perú	10%	11%	16%	13%	12%
Uruguay	15%	28%	16%	20%	21%
Forus	17%	27%	18%	21%	21%

Digital (% del DTC)

	2024				2024
	1T	2T	3T	4T	12M
Chile	24%	34%	23%	25%	27%
Colombia	35%	37%	37%	38%	37%
Perú	13%	13%	18%	15%	15%
Uruguay	20%	29%	19%	22%	23%
Forus	24%	32%	23%	25%	26%

Sitios e-commerce, por país

Sitios e-commerce		
Chile		Sitio web
1	Cat	Cat.cl
2	Columbia	Columbia.cl
3	Merrell	Merrell.cl
4	Jansport	Jansport.cl
5	7veinte	7veinte.cl
6	Norseg	Norseg.cl
7	Zapatos	Zapatos.cl
8	Hush Puppies	HushPuppies.cl
9	Hush Puppies Kids	HushPuppiesKids.cl
10	Keds	Keds.cl
11	Mountain Hardwear	MountainHardwear.cl
12	Burton	Burton.cl
13	Azaleia	Azaleia.cl
14	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
22	Sorel	Sorel.cl
23	L'Occitane en Provence	cl.loccitane.com
24	Crocs	Crocs.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
49	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

Número de Locales y Superficies

	Dic. 2024		Dic. 2023		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	268	30.656	260	30.044	8	2,0%
Colombia	43	3.127	40	2.752	3	13,6%
Perú	58	4.853	54	4.567	4	6,2%
Uruguay	46	5.187	45	4.727	1	9,7%
Total	415	43.822	399	42.090	16	4,1%

Movimientos de tiendas 4T24, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	VANS	Plaza el Trebol	Santiago	125
	1	CROCS	Alto las Condes	Santiago	81
	1	L'Occitane en Provence	Alto las Condes	Santiago	33
	1	L'Occitane en Provence	Casa Costanera	Santiago	44
	1	L'Occitane en Provence	Costanera Center	Santiago	40
	1	L'Occitane en Provence	Portal La Dehesa	Santiago	38
	1	L'Occitane en Provence	Luis Pateur	Santiago	34
	1	L'Occitane en Provence	Marina Oriente	Viña del Mar	10
	1	L'Occitane en Provence	Parque Arauco	Santiago	33
	1	CROCS	Marina Arauco	Viña del Mar	94
	10				532
Perú					
	1	Columbia	Mall del Sur	Lima	130
	1				130
Colombia					
	1	Columbia	Viva Envigado	Medellín	115
	1				115
Uruguay					
	1	MANGO	Punta Carretas	Montevideo	367
	1	Hush Puppies	Punta Carretas	Montevideo	69
	2				436
Total	14				1.213

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Perú					
	1	RKF	San Borja	Lima	84
	1				84
Uruguay					
	1	Hush Puppies	Punta Carretas	Montevideo	55
	1				55
Total	2				139

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Oct-24 al 31-Dic-24)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	10	532
Perú	0	46
Uruguay	1	381
Colombia	1	115
Total	12	1.073

CHILE

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	59.613		54.036		10,3%
Costos	(25.655)		(24.002)		6,9%
Ganancia Bruta	33.958	57,0%	30.034	55,6%	13,1%
Resultado Operacional	7.399	12,4%	5.586	10,3%	32,5%
EBITDA	12.183	20,4%	9.184	17,0%	32,7%

Wholesale

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	10.787		9.630		12,0%
Costos	(5.747)		(6.200)		-7,3%
Ganancia Bruta	5.039	46,7%	3.430	35,6%	46,9%
Resultado Operacional	191	1,8%	(2.161)	-22,4%	-108,9%
EBITDA	901	8,4%	(188)	-1,9%	-580,1%

Total Chile

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	70.399		63.666		10,6%
Costos	(31.402)		(30.202)		4,0%
Ganancia Bruta	38.997	55,4%	33.464	52,6%	16,5%
Resultado Operacional	7.591	10,8%	3.426	5,4%	121,6%
EBITDA	13.084	18,6%	8.996	14,1%	45,4%

CHILE (cont.)

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	213.212		189.736		12,4%
Costos	(92.855)		(80.360)		15,5%
Ganancia Bruta	120.357	56,4%	109.376	57,6%	10,0%
Resultado Operacional	22.496	10,6%	18.931	10,0%	18,8%
EBITDA	38.127	17,9%	33.497	17,7%	13,8%

Wholesale

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	53.928		53.048		1,7%
Costos	(30.472)		(29.527)		3,2%
Ganancia Bruta	23.456	43,5%	23.521	44,3%	-0,3%
Resultado Operacional	3.836	7,1%	4.536	8,5%	-15,4%
EBITDA	6.655	12,3%	8.533	16,1%	-22,0%

Total Chile

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	267.140		242.784		10,0%
Costos	(123.327)		(109.887)		12,2%
Ganancia Bruta	143.813	53,8%	132.897	54,7%	8,2%
Resultado Operacional	26.332	9,9%	23.467	9,7%	12,2%
EBITDA	44.782	16,8%	42.030	17,3%	6,5%

PERÚ

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	10.779		8.677		24,2%
Costos	(4.581)		(3.622)		26,5%
Ganancia Bruta	6.198	57,5%	5.055	58,3%	22,6%
Resultado Operacional	1.728	16,0%	1.593	18,4%	8,5%
EBITDA	2.593	24,1%	2.234	25,8%	16,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	8.900		7.482		18,9%
Costos	(3.601)		(2.989)		20,5%
Ganancia Bruta	5.299	59,5%	4.494	60,1%	17,9%
Resultado Operacional	1.605	18,0%	1.385	18,5%	15,9%
EBITDA	2.423	27,2%	1.985	26,5%	22,0%

Wholesale

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	1.879		1.194		57,3%
Costos	(980)		(633)		54,7%
Ganancia Bruta	899	47,8%	561	47,0%	60,3%
Resultado Operacional	123	6,6%	208	17,4%	-40,7%
EBITDA	170	9,0%	249	20,9%	-31,8%

PERÚ (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	37.167		28.801		29,0%
Costos	(15.642)		(11.969)		30,7%
Ganancia Bruta	21.525	57,9%	16.832	58,4%	27,9%
Resultado Operacional	5.993	16,1%	4.781	16,6%	25,3%
EBITDA	9.035	24,3%	7.425	25,8%	21,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	30.977		24.039		28,9%
Costos	(12.389)		(9.380)		32,1%
Ganancia Bruta	18.588	60,0%	14.658	61,0%	26,8%
Resultado Operacional	4.985	16,1%	3.562	14,8%	39,9%
EBITDA	7.858	25,4%	6.054	25,2%	29,8%

Wholesale

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	6.190		4.762		30,0%
Costos	(3.253)		(2.589)		25,7%
Ganancia Bruta	2.936	47,4%	2.173	45,6%	35,1%
Resultado Operacional	1.008	16,3%	1.219	25,6%	-17,3%
EBITDA	1.178	19,0%	1.371	28,8%	-14,1%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	10.058		8.044		25,0%
Costos	(4.229)		(3.349)		26,3%
Ganancia Bruta	5.829	58,0%	4.695	58,4%	24,2%
Resultado Operacional	1.291	12,8%	563	7,0%	129,2%
EBITDA	1.912	19,0%	787	9,8%	143,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	9.142		7.570		20,8%
Costos	(3.666)		(3.101)		18,2%
Ganancia Bruta	5.475	59,9%	4.469	59,0%	22,5%
Resultado Operacional	1.157	12,7%	612	8,1%	89,0%
EBITDA	1.761	19,3%	824	10,9%	113,7%

Wholesale

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	916		474		93,4%
Costos	(563)		(248)		127,0%
Ganancia Bruta	354	38,6%	226	47,7%	56,5%
Resultado Operacional	134	14,6%	(49)	-10,3%	-374,5%
EBITDA	151	16,5%	(37)	-7,8%	-506,2%

URUGUAY (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	37.589		29.039		29,4%
Costos	(16.174)		(12.635)		28,0%
Ganancia Bruta	21.415	57,0%	16.405	56,5%	30,5%
Resultado Operacional	3.906	10,4%	2.441	8,4%	60,0%
EBITDA	6.177	16,4%	3.476	12,0%	77,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	33.007		25.070		31,7%
Costos	(13.427)		(10.334)		29,9%
Ganancia Bruta	19.580	59,3%	14.736	58,8%	32,9%
Resultado Operacional	3.326	10,1%	1.841	7,3%	80,7%
EBITDA	5.507	16,7%	2.840	11,3%	93,9%

Wholesale

EERR	2024	% Ingresos	2023	% Ingresos	Var. 24/23
Ingresos	4.582		3.970		15,4%
Costos	(2.747)		(2.301)		19,4%
Ganancia Bruta	1.835	40,1%	1.669	42,0%	10,0%
Resultado Operacional	580	12,7%	601	15,1%	-3,4%
EBITDA	670	14,6%	636	16,0%	5,3%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	10.841		8.770		23,6%
Costos	(5.564)		(4.982)		11,7%
Ganancia Bruta	5.277	48,7%	3.788	43,2%	39,3%
Resultado Operacional	1.653	15,2%	538	6,1%	207,3%
EBITDA	2.324	21,4%	1.034	11,8%	124,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	8.322		6.371		30,6%
Costos	(3.838)		(3.349)		14,6%
Ganancia Bruta	4.484	53,9%	3.022	47,4%	48,4%
Resultado Operacional	1.473	17,7%	782	12,3%	88,3%
EBITDA	2.010	24,2%	1.179	18,5%	70,6%

Wholesale

EERR	4T24	% Ing.	4T23	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	2.519		2.399		5,0%
Costos	(1.726)		(1.634)		5,7%
Ganancia Bruta	793	31,5%	766	31,9%	3,6%
Resultado Operacional	180	7,2%	(244)	-10,2%	-173,7%
EBITDA	314	12,5%	(144)	-6,0%	-317,5%

COLOMBIA (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	34.087		25.931		31,5%
Costos	(18.128)		(14.365)		26,2%
Ganancia Bruta	15.959	46,8%	11.566	44,6%	38,0%
Resultado Operacional	2.827	8,3%	1.841	7,1%	53,6%
EBITDA	5.373	15,8%	3.456	13,3%	55,5%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	25.167		16.914		48,8%
Costos	(11.876)		(8.198)		44,9%
Ganancia Bruta	13.290	52,8%	8.716	51,5%	52,5%
Resultado Operacional	2.772	11,0%	2.071	12,2%	33,9%
EBITDA	4.863	19,3%	3.423	20,2%	42,1%

Wholesale

EERR	2024	% Ing.	2023	% Ing.	Var. 24/23
Ingresos	8.920		9.017		-1,1%
Costos	(6.251)		(6.168)		1,4%
Ganancia Bruta	2.669	29,9%	2.849	31,6%	-6,3%
Resultado Operacional	55	0,6%	(229)	-2,5%	-124,1%
EBITDA	510	5,7%	33	0,4%	1458,7%

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 31 de diciembre de 2024 y 2023

ACTIVOS		2024	2023
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	22.858.031	26.726.187
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	44.760.578	30.247.997
Otros activos no financieros corrientes	(28 a)	5.409.423	4.575.308
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	39.049.734	34.389.923
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(13 a)	269.697	306.115
Inventarios	(14)	91.782.824	86.898.623
Activos por impuestos corrientes	(11 b)	8.712.267	10.335.780
Total de activos corrientes		<u>212.842.554</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)	136.480	110.911
Derechos por cobrar no corrientes	(29)	532.852	493.758
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	1.961.306	1.727.099
Plusvalía	(9)	2.727.132	1.272.851
Propiedades, plantas y equipos	(10)	133.908.235	103.390.075
Activos por impuestos diferidos	(11 c)	7.176.855	6.342.115
Total de activos no corrientes		<u>146.442.860</u>	<u>114.219.052</u>
Total de Activos		<u><u>359.285.414</u></u>	<u><u>307.698.985</u></u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 31 de diciembre de 2024 y 2023

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2024 M\$	2023 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(16 b)	2.658.834	1.821.088
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(16 c)	16.005.904	12.167.961
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(18)	24.368.776	21.604.724
Otras provisiones corrientes	(19)	10.561.209	10.638.568
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(20)	11.148.897	9.822.999
Otros pasivos no financieros corrientes	(21)	2.566.574	2.489.893
Total de pasivos corrientes		<u>67.310.194</u>	<u>58.545.233</u>
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(16 b)	436.572	124.539
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(16 c)	54.393.803	32.286.808
Otros pasivos no financieros no corrientes	(32)	6.692	6.409
Total de pasivos no corrientes		<u>54.837.067</u>	<u>32.417.756</u>
Total Pasivos		<u>122.147.261</u>	<u>90.962.989</u>
Patrimonio			
Capital emitido	(15 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		189.258.956	171.097.656
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(15 f)	5.636.413	3.571.099
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>236.524.320</u>	<u>216.297.706</u>
Participaciones no controladoras	(17)	613.833	438.290
Patrimonio total		<u>237.138.153</u>	<u>216.735.996</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>359.285.414</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 31.12.2024 M\$	01.01.2023 31.12.2023 M\$
Estados de Resultados Integrales			
Ingresos de actividades ordinarias		375.982.660	326.554.888
Costo de ventas	(14)	<u>(173.270.690)</u>	<u>(148.856.031)</u>
Ganancia bruta		<u>202.711.970</u>	<u>177.698.857</u>
Otros ingresos, por función	(25 a)	1.053.019	1.061.520
Costos de distribución		(4.428.930)	(3.498.600)
Gasto de administración	(22)	(159.225.113)	(141.669.544)
Otros gastos, por función	(25 b)	(367.632)	(182.106)
Otras ganancias (pérdidas)	(25 c)	164.929	1.401.288
Ingresos (gastos) financieros	(30 a)	3.237.100	4.327.510
Costos financieros	(30 b)	(4.924.767)	(3.996.537)
Diferencias de cambio	(23)	755.476	172.403
Resultados por unidades de reajuste	(24)	<u>1.652.098</u>	<u>1.262.420</u>
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		<u>40.628.150</u>	<u>36.577.211</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(11 d)	<u>(10.359.318)</u>	<u>(7.734.673)</u>
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		<u>30.268.832</u>	<u>28.842.538</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		30.093.199	28.860.103
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(17)	<u>175.633</u>	<u>(17.565)</u>
Ganancia		<u>30.268.832</u>	<u>28.842.538</u>
Ganancia por acción básica y diluida	(15 g)	\$ 117,1082	\$ 111,5899

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

	Nota	01.01.2024 31.12.2024 M\$	01.01.2023 31.12.2023 M\$
Otros Resultados Integrales			
Ganancia (pérdida)		30.268.832	28.842.538
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		2.065.314	5.424.279
Otro resultado integral Total		<u>2.065.314</u>	<u>5.424.279</u>
Resultado Integral Total		<u>32.334.146</u>	<u>34.266.817</u>
Resultados Atribuibles a			
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		32.158.513	34.284.382
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(17)	<u>175.633</u>	<u>(17.565)</u>
Resultado Integral Total		<u>32.334.146</u>	<u>34.266.817</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
31 de diciembre de 2024 y 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)	-	-	-	-	-	30.093.199	30.093.199	175.633	30.268.832
Otro resultado integral	-	-	2.065.314	-	2.065.314	-	2.065.314	-	2.065.314
Resultado Integral	-	-	2.065.314	-	2.065.314	30.093.199	32.158.513	175.633	32.334.146
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(12.107.532)	(12.107.532)	-	(12.107.532)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	175.633	175.633	(90)	175.543
Total de cambios en patrimonio	-	-	2.065.314	-	2.065.314	18.161.300	20.226.614	175.543	20.402.157
Saldo final período actual 31.12.2024	24.242.787	17.386.164	5.098.974	537.439	5.636.413	189.258.956	236.524.320	613.833	237.138.153
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)	-	-	-	-	-	28.860.103	28.860.103	(17.565)	28.842.538
Otro resultado integral	-	-	5.424.279	-	5.424.279	-	5.424.279	-	5.424.279
Resultado Integral	-	-	5.424.279	-	5.424.279	28.860.103	34.284.382	(17.565)	34.266.817
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(14.691.307)	(14.691.307)	-	(14.691.307)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios						(17.565)	(17.565)	(98)	(17.663)
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	-	-	5.424.279	-	5.424.279	14.151.231	19.575.510	437.502	20.013.012
Saldo final período actual 31.12.2023	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

(ver nota 15)

Las notas adjuntas números 1 al 38 forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre:

Clases de cobros por actividades de operación

Cobro procedente de las ventas de bienes y prestación de servicios	429.311.548	388.212.593
Otros cobros por actividades de operación	1.261.234	399.132

Clases de pagos

Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(274.221.323)	(243.523.787)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(58.511.825)	(51.454.823)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas	(119.947)	(54.326)
Otros pagos por actividades de operación	(115.091)	(1.074.371)

Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación

	<u>97.604.596</u>	<u>92.504.418</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación	(12.860.576)	(12.734.585)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)	(16.426.696)	(11.954.124)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación	<u>68.317.324</u>	<u>67.815.709</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 38 forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2024 31.12.2024 M\$	01.01.2023 31.12.2023 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios, clasificados como actividades de inversión		(2.533.695)	-
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión		291	109.317
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(11.710.918)	(10.815.764)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(550.031)	(2.622.519)
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		(949.840)	(863.757)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		3.149	633.667
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión		(10.223.811)	498.665
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>(25.964.855)</u>	<u>(12.832.319)</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 38 forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2024 31.12.2024 M\$	01.01.2023 31.12.2023 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		22.389.674	19.545.958
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(30.819.997)	(37.531.083)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(26.027.952)	(22.713.101)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(15 d)	(11.537.015)	(16.623.442)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(1.189.959)	(1.241.252)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación		509	205.646
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		(47.184.740)	(58.357.274)
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(4.832.271)	(3.373.884)
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		964.115	3.249.237
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		(3.868.156)	(124.647)
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		26.726.187	26.850.834
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u>22.858.031</u>	<u>26.726.187</u>

Las notas adjuntas números 1 al 38 forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

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 415 tiendas y 49 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia y Uruguay. FORUS opera un portafolio de 27 marcas incluyendo CAT, RKF, Columbia, Under Armour, Merrell, BSoul, VANS, Hush Puppies, Crocs, L'OCCITANE en Provence, Azaleia y Norseg, entre otras.

Dirección:

Av. Las Condes N° 11.281, Torre C.

Las Condes

Santiago, Chile

Contacto:

Isabel Darrigrandi

Gerente de Relación con Inversionistas

Teléfono: +56 (2) 2923-3035

Email: ir@forus.cl

Website:

www.forus.cl/inversionistas