



PARFOIS

## Índice

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| I. Resumen Ejecutivo.....                                    | 2  |
| II. Resumen de Resultados Consolidados.....                  | 3  |
| III. Hechos Relevantes del Periodo.....                      | 4  |
| IV. Resultados Integrales.....                               | 8  |
| 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 Consolidados .....         | 27 |
| - Estado Integral de Resultados Consolidados .....           | 29 |
| - Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados ..... | 30 |
| - Estado de Flujo de Efectivo Consolidados .....             | 32 |

---

### Notas:

- Las cifras en dólares (fin del periodo) están calculadas en base al tipo de cambio observado el 1 de abril del 2025: \$953,07/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, nos moviliza el compromiso de superar constantemente las expectativas de nuestros consumidores, con las mejores marcas, productos y experiencias. En línea con eso, en mayo FORUS obtuvo la representación exclusiva para Chile y Perú de PARFOIS, marca global de accesorios y moda, conocida internacionalmente por sus atractivos y codiciados diseños para la mujer. Ese mismo mes inauguramos nuestra primera tienda PARFOIS, en una privilegiada ubicación del mall Jockey Plaza en Lima, y lanzamos nuestro sitio [Parfois.pe](https://parfois.pe) para Perú, con planes de lanzar la marca en Chile próximamente.

En 1T25 FORUS reportó Ingresos Consolidados por MM \$94.513, un incremento de 13,3% con respecto al mismo periodo del año pasado. Nuestro EBITDA consolidado registró MM \$14.997 en 1T25, un alza de 18,5%, con un margen EBITDA de 15,9%, una expansión de 69 puntos base. El crecimiento del EBITDA fue impulsado por el aumento de ingresos y el apalancamiento operacional, reflejado en una mejora de 147 puntos base en el GAV/ventas. La Ganancia este trimestre alcanzó MM \$4.990, un decrecimiento de 6,3%, con un margen neto de 5,3%, que se debió a que este trimestre registramos una pérdida no operacional de MM \$865, frente a una ganancia no operacional de MM \$914 en 1T24, explicado por la variación del CLP/USD y su impacto en nuestros activos denominados en USD.

En 1T25, Chile (74,4% del ingreso consolidado) generó ventas por MM \$70.325, un alza de 15,4%, impulsado en parte por los turistas argentinos, que aprovecharon sus vacaciones de verano para hacer compras en el país. El segmento Directo al Consumidor (DTC) creció 14,4% y el *wholesale* aumentó 17,9%. Dentro del DTC, nuestras tiendas registraron un alza de 23,6%, con un SSS de 14,7% y un aumento de 2,2% en la superficie de venta. El canal digital decreció 14,3% y representó un 18% de la venta DTC (13% del total). El EBITDA de Chile aumentó 19,9% con un margen EBITDA de 16,3%, con una mejora de 168 puntos base en el GAV/ventas.

Nuestras filiales internacionales, en su conjunto, registraron ventas por MM \$24.188, un crecimiento de 7,8%, y un EBITDA de MM \$3.518, un alza de 14,0%, con un margen EBITDA de 14,5%, una expansión de 80 puntos base. Los ingresos del segmento DTC de las filiales anotó un alza de 9,5% y mientras que el segmento *wholesale* registró un aumento de 2,3%. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas de nuestras filiales creció 9,9%, mientras que el canal digital registró un aumento de 8,4%.

En abril FORUS realizó un cambio en nuestra estructura organizacional y realizamos la elección de un nuevo Directorio, con miras de seguir innovando y creciendo, de forma rentable y sostenible en los años que vienen. Sebastián Swett Opazo dejó la Gerencia General para asumir como Presidente del Directorio, desde donde continuará aportando, con su liderazgo, pasión y experiencia, a la dirección estratégica de FORUS. Nuestro nuevo Gerente General es Francisco Luis Arrighi García-Mansilla, anteriormente *Chief Commercial Officer* de FORUS, quien asume como CEO luego de haber desarrollado una destacada carrera de 12 años en FORUS y, previamente, otros 15 años de exitosa trayectoria en la industria. Manuel Somarriva Loyola, destacado abogado e importante miembro del liderazgo de FORUS por 17 años, dejó el puesto de *Chief Operating Officer* para asumir como Subgerente General. También le dimos la bienvenida a Juan Pablo Vega Walker, nuestro nuevo Director Independiente, quien cuenta con una destacada carrera en retail y finanzas ocupando puestos de liderazgo en importantes empresas del país; Juan Pablo Vega Walker reemplaza a Catalina Cabello Rodríguez, a quién le agradecemos por su muy valioso aporte como Directora Independiente de FORUS durante los últimos seis años.

## II. Resumen de Resultados Consolidados

### Primer trimestre 2025

- Los Ingresos Consolidados del 1T25 alcanzaron MM \$94.513, un crecimiento de 13,3% con respecto al mismo periodo del año pasado.
- La Ganancia Bruta de MM \$49.235 en 1T25 creció 11,3%, con un margen bruto de 52,1%, una contracción de 97 puntos base con respecto al 1T24.
- El Resultado Operacional de MM \$7.836 en 1T25 creció 20,7%, con un margen operacional de 8,3%, una expansión de 51 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$14.997 en 1T25 aumentó 18,5%, con un margen de 15,9%, una expansión de 69 puntos base con respecto al 1T24.
- La Ganancia de MM \$4.990 en 1T25 decreció 6,3%, con un margen neto de 5,3%, un deterioro de 110 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior; el decrecimiento de la Ganancia se debió a que este trimestre registramos una pérdida no operacional de MM \$865, frente a una ganancia no operacional de MM \$914 en 1T24, explicado principalmente por la variación del CLP/USD y su impacto en activos denominados en USD.
- Los ingresos digitales decrecieron 8,5% en 1T25 y representaron 19% de la venta DTC (14% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales internacionales crecieron 7,8% y representaron 25,6% del Ingreso Consolidado en 1T25. El EBITDA de las filiales internacionales aumentó 14,0% y representó 23,5% del EBITDA consolidado de FORUS.

### III. Hechos Relevantes del Periodo

#### **BSoul se lanza en Uruguay**

En febrero, lanzamos BSoul en Uruguay, nuestra marca deportiva de vestuario, calzado y accesorios, que incentiva la vida sana, el autocuidado y celebra la paz interior, a través del sitio de comercio electrónico [BSoul.uy](https://bsoul.uy). De esta manera, BSoul está disponible en 4 países: Chile, Perú, Colombia y Uruguay.

#### **FORUS avanza en la modernización de su *backoffice***

Este trimestre FORUS oficialmente arrancó con un proyecto de modernización de los sistemas de *backoffice* de la compañía. El proyecto incluye, entre otras cosas, implementar Oracle ERP Cloud (reemplazando una versión más antigua de Oracle), que nos va a ayudar a integrar, estandarizar y automatizar procesos contables y financieros, implementando mejores prácticas y generando una mayor eficiencia y agilidad. El proyecto se está desarrollando primero en Chile, para luego implementarse en nuestras filiales internacionales (Perú, Uruguay y Colombia).

#### **Aperturas y cierres de tiendas**

Este trimestre abrimos dos tiendas y cerramos tres. Abrimos una tienda CAT en Chile y una tienda Columbia en Perú y cerramos dos tiendas 7Veinte en Chile y cerramos una tienda Billabong en Perú.

#### **2ª Edición de Jansport Festival**

Jansport partió febrero celebrando la segunda edición de su festival de verano, realizada en esta ocasión en Pucón, en el sur de Chile. Asistieron aproximadamente 200 invitados, incluyendo amigos de la marca e *influencers*. El festival consistió en música, moda y otras actividades entretenidas, y presentamos también los nuevos modelos y colores de las mochilas Jansport.

#### ***Kick-off* evento *running* de Under Armour en Colombia**

En febrero Under Armour auspició el primer entrenamiento del año del club de running de la marca, junto a QI Team, incluyendo la presentación del calendario 2025.

#### **Azaleia en evento de la revista Velvet**

En febrero, Azaleia participó en el evento que realizó la revista Velvet en el exclusivo balneario de Cachagua, que incluyó clases de pilates y un desayuno donde regalamos hawaianas modelo “activa” de Azaleia.

## **Columbia Hike Society en Colombia**

La marca Columbia en Colombia realizó el primer evento del año de su club de trekking *Hike Society* con una excursión a la cascada Chorro de las Campanas, cerca de Medellín.

## **Hechos Posteriores al Periodo**

### **Nueva Estructura Organizacional**

En sesión extraordinaria de Directorio celebrada el 9 de abril de 2025, el señor Sebastián Swett Opazo comunicó su renuncia voluntaria al cargo de Gerente General de FORUS S.A., con efecto a contar de esa misma fecha, la que fue aceptada por el Directorio. En la misma sesión, el Directorio acordó designar a don Francisco Arrighi García-Mansilla como nuevo Gerente General, quien asumió sus funciones a contar de esa misma fecha. El señor Arrighi, quien ejerció el cargo de *Chief Commercial Officer* en FORUS hasta esa fecha, ha sido un importante miembro del liderazgo de FORUS por 12 años. La renuncia del señor Swett se enmarcó en el plan de cambios en la administración de FORUS, dado que, posteriormente, fue elegido miembro del Directorio y, luego, fue designado Presidente del Directorio.

El Directorio acordó también, de acuerdo con lo planificado, realizar un cambio en la estructura organizacional de FORUS, reponiendo el cargo de Subgerente General; y al efecto, designó en él a don Manuel Somarriva Loyola, quien también asumió sus funciones a contar de esa misma fecha. El señor Somarriva, quien ejerció el cargo de *Chief Operating Officer* hasta esa fecha, ha sido un importante miembro del liderazgo de la compañía por 17 años.

Como Gerente General, el señor Swett condujo a FORUS a un nuevo capítulo en la historia de la compañía, donde su liderazgo, pasión, dedicación e innovación han sido un sello que se ha transmitido a cada uno de los integrantes de nuestra empresa. Queremos agradecerle por haber dejado en la historia de FORUS, su huella profunda y valiosa, por sus enseñanzas y, sobre todo, por transmitirnos el corazón de esta familia, mirando hacia adelante, apasionados por el consumidor y siempre cuidando a las personas.

### **Acuerdos de la 34ª Junta Ordinaria de Accionistas**

El 16 de abril de 2025 se celebró la Trigésimo Cuarta Junta Ordinaria de Accionistas, donde se acordó lo siguiente, entre otras materias:

#### **I. Elección de Directorio y designación de Presidente**

En la Junta se procedió a la elección del Directorio de FORUS, por un nuevo periodo estatutario de tres años. El nuevo Directorio quedó compuesto por las siguientes personas:

- i) don Alfonso Swett Saavedra;
- ii) don Ricardo Swett Saavedra;

- iii) don Sebastián Swett Opazo;
- iv) doña Macarena Swett Opazo
- v) don Heriberto Urzúa Sánchez;
- vi) don Francisco Gutiérrez Philippi; y
- vii) don Juan Pablo Vega Walker (Independiente).

En la sesión de Directorio celebrada a continuación de la Junta, fue designado como Presidente del Directorio don Sebastián Swett Opazo.

## **II. Comité de Directores**

En la misma sesión de Directorio, y conforme lo dispone el artículo 50 bis de la Ley No. 18.046 sobre Sociedades Anónimas, se dejó constancia que don Juan Pablo Vega Walker integrará el Comité de Directores por derecho propio, como único director independiente, y que él designó, como los otros dos integrantes a los Directores don Ricardo Swett Saavedra y don Francisco Gutiérrez Philippi.

## **III. Distribución de dividendos**

- a) Dividendo N°. 53, Definitivo, Mínimo Obligatorio: Por un monto total de \$5.074.380.200, ascendente a \$19,63245186 por acción, el que, sumado al Dividendo N°. 52, Provisorio, pagado el 30 de octubre de 2024, equivale a repartir un 30% de la utilidad del Ejercicio 2024.
- b) Dividendo N°. 54, Adicional: Por un monto total de \$3.026.883.234, ascendente a \$11,71081729 por acción, que equivale a un 10% de la utilidad del Ejercicio 2024.

Los dividendos referidos se pagaron a contar del día 9 de mayo de 2025, a los accionistas que figuraban inscritos en el Registro de Accionistas de FORUS a la medianoche del día 3 de mayo de 2025.

## **IV. Política de dividendos**

Se acordó como política de dividendos para el Ejercicio 2025 la distribución del 40% de las utilidades líquidas del Ejercicio, en carácter provisorios o definitivos, pudiendo los provisorios ser acordados por el Directorio, en las fechas y por los montos que éste estime apropiados en cada caso, todo ello de acuerdo con los resultados obtenidos por la Compañía durante el Ejercicio y en la medida que su disponibilidad de caja y la situación económica del país y de la compañía lo permitan.

## **V. Designación de empresa de auditoría externa**

Se mantuvo a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesoría SpA como auditores externos para el Ejercicio 2025.

**VI. Designación de empresa clasificadora de riesgo**

Se mantuvo a International Credit Rating (ICR) Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada como empresa de clasificadora de riesgo para el Ejercicio 2025.

**PARFOIS llega a Chile y Perú de la mano de FORUS**

En mayo FORUS obtuvo la representación exclusiva para Chile y Perú de PARFOIS, marca global de accesorios y moda, conocida internacionalmente por sus atractivos y codiciados diseños para la mujer. Fundada en 1994 en Portugal, PARFOIS se ha convertido en una de las *Fashion Houses* de mayor crecimiento del mundo, con más de 1.100 tiendas en 72 países. Bajo el *statement* de "*Fashion for Every Woman*" PARFOIS ofrece moda de última tendencia, *trendy* y atrevida con una amplia propuesta de productos que van desde bolsos, bisutería, vestuario, calzado, relojes, pañuelos, gafas de sol y otros accesorios. Las tiendas de PARFOIS marcan tendencia continuamente, con la llegada de nuevos y exclusivos productos todas las semanas. Como representante de la marca en Chile y Perú, FORUS comercializará sus productos a través de nuestras tiendas PARFOIS y los sitios web de la marca en cada país. En mayo inauguramos nuestra primera tienda PARFOIS, en una privilegiada ubicación del centro comercial Jockey Plaza en Lima, y lanzamos nuestro sitio [Parfois.pe](https://parfois.pe), con planes de lanzar la marca en Chile próximamente.

**ICR ratifica en AA/Estable la solvencia de FORUS**

El 28 de mayo ICR ratificó en categoría AA/Estable la solvencia de Forus S.A. y en Primera Clase Nivel 1 sus títulos accionarios, nemotécnico Forus. Según la clasificadora de riesgos, esta decisión “obedece a una fortaleza financiera categorizada por ICR en un nivel ‘Excepcional’, y a factores relacionados con su negocio, como la fortaleza de sus marcas comercializadas, el segmento de clientes objetivo —que presenta menor variabilidad de ingresos y, en consecuencia, de riesgo para Forus—, la diversificación de sus operaciones en cuatro países y las economías de escala que han contribuido en avanzar exitosamente en su estrategia digital los últimos años para mantenerse competitivos y rentables, en una industria que ha expuesto un extenso período de debilitamiento en ventas”.



## IV. Resultados Integrales

### Primer trimestre:

#### FORUS S.A. Y FILIALES RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS

|                                                                                                                                | 1T25              | % Ing.       | 1T24              | % Ing.       | Var %          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|----------------|
|                                                                                                                                | M\$               |              | M\$               |              |                |
| Ingresos                                                                                                                       | 94.512.908        |              | 83.406.649        |              | 13,3%          |
| Costos de ventas                                                                                                               | (45.277.660)      | -47,9%       | (39.151.134)      | -46,9%       | 15,6%          |
| <b>Ganancia Bruta</b>                                                                                                          | <b>49.235.248</b> | <b>52,1%</b> | <b>44.255.515</b> | <b>53,1%</b> | <b>11,3%</b>   |
| Gastos de distribución                                                                                                         | (1.317.871)       | -1,4%        | (1.083.415)       | -1,3%        | 21,6%          |
| Gastos de administración                                                                                                       | (40.081.383)      | -42,4%       | (36.680.673)      | -44,0%       | 9,3%           |
| Gastos de administración y ventas                                                                                              | (41.399.254)      | -43,8%       | (37.764.088)      | -45,3%       | 9,6%           |
| <b>Resultado Operacional</b>                                                                                                   | <b>7.835.994</b>  | <b>8,3%</b>  | <b>6.491.427</b>  | <b>7,8%</b>  | <b>20,7%</b>   |
| Otros Ingresos, por función                                                                                                    | 136.223           |              | 186.397           |              | -26,9%         |
| Otros Gastos, por función                                                                                                      | (56.370)          |              | (71.076)          |              | -20,7%         |
| Ingresos financieros                                                                                                           | 715.890           |              | 680.192           |              | 5,2%           |
| Gastos financieros                                                                                                             | (1.364.385)       |              | (929.917)         |              | 46,7%          |
| Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación                     | -                 |              | -                 |              |                |
| Diferencias de cambio                                                                                                          | (762.362)         |              | 386.848           |              | -297,1%        |
| Resultados por unidades de reajuste                                                                                            | 337.508           |              | 394.042           |              | -14,3%         |
| Otras ganancias y pérdidas                                                                                                     | 128.412           |              | 267.290           |              | -52,0%         |
| <b>Resultado No Operacional</b>                                                                                                | <b>(865.084)</b>  | <b>-0,9%</b> | <b>913.776</b>    | <b>1,1%</b>  | <b>-194,7%</b> |
| <b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>                                                                                    | <b>6.970.910</b>  | <b>7,4%</b>  | <b>7.405.203</b>  | <b>8,9%</b>  | <b>-5,9%</b>   |
| (Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias                                                                                 | (1.980.967)       |              | (2.081.157)       |              | -4,8%          |
| <b>Ganancia (pérdida)</b>                                                                                                      | <b>4.989.943</b>  | <b>5,3%</b>  | <b>5.324.046</b>  | <b>6,4%</b>  | <b>-6,3%</b>   |
| <b>Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora</b> | <b>4.984.620</b>  |              | <b>5.261.565</b>  |              | <b>-5,3%</b>   |
| <b>Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria</b>                                                               | <b>5.323</b>      |              | <b>62.481</b>     |              | <b>-91,5%</b>  |
| <b>Ganancia (pérdida)</b>                                                                                                      | <b>4.989.943</b>  | <b>5,3%</b>  | <b>5.324.046</b>  | <b>6,4%</b>  | <b>-6,3%</b>   |
| <b>EBITDA</b>                                                                                                                  | <b>14.996.585</b> | <b>15,9%</b> | <b>12.657.430</b> | <b>15,2%</b> | <b>18,5%</b>   |

## V. Análisis de Resultados Consolidados

### Ingreso y Resultado Operacional

- **FORUS registró Ingresos Consolidados por MM \$94.513 en 1T25, un aumento de 13,3% con respecto al mismo periodo del año pasado.**

En Chile registramos ingresos por MM \$70.325 en 1T25, un crecimiento de 15,4% con respecto al mismo periodo del año pasado. Este trimestre, el sector *retail* continuó favorecido por la alta confluencia de turistas argentinos, los cuales aprovecharon sus vacaciones de verano para hacer compras en Chile. El turismo argentino ayudó a mitigar el desafiante entorno para el consumo: en 1T25 la tasa de desempleo registró 8,7% y el empleo informal continuó elevado (25,8%). Además, el poder adquisitivo de los chilenos siguió presionado por la inflación (4,9% en marzo) y las elevadas tasas de interés. Todo lo anterior contribuyó a que la confianza del consumidor (40,8 en marzo) se mantuviera estancada en terreno pesimista (50 es neutro). Otro viento en contra para el retail este trimestre fue el apagón masivo que afectó al país, desde el extremo norte, en Arica, hasta la región de Los Lagos en el sur, el 25 de febrero. A esto se suma que la cadena de suministros internacional continuó sufriendo algunos desafíos, atrasando la llegada de inventario de algunas marcas.

Dentro de este contexto, el segmento directo al consumidor (DTC) en Chile registró un alza de 14,4%, mientras que el *wholesale* aumentó un 17,9% en 1T25. El segmento DTC (72% del ingreso de Chile) fue impulsado por el robusto desempeño de nuestras tiendas, que registraron un crecimiento de ingresos de 23,6%, explicado en parte por los turistas argentinos, que representaron un 14,3% de la venta presencial este trimestre. Nuestras tiendas en Chile (82% de la venta DTC) anotaron un SSS de 14,7% y la venta por metro cuadrado aumentó 21,0% este trimestre. A fines de marzo 2025, la superficie de venta aumentó 2,2% comparado con el mismo periodo del año pasado (10 locales más, neto, en 12 meses). Durante 1T25, abrimos una tienda CAT y cerramos dos locales 7Veinte, para terminar el trimestre con 267 tiendas en Chile.

El canal digital (18% de la venta DTC), en cambio, registró un decrecimiento de 14,3% este trimestre, explicado por: 1) el cierre de Dafiti en febrero (Dafiti representó 6% de la venta digital en 2024), 2) una reclasificación contable de la venta CI (pasillo infinito) que antes se asignaban al canal digital y ahora se registra como una venta en tienda y 3) menores descuentos al principio del trimestre, dentro de un contexto de rebajas de fin de temporada del resto del sector. Esta menor venta digital se revirtió, en parte, con el evento Blackweek (20 al 31 de marzo), donde registramos un alza de 13% con respecto al mismo evento del año anterior.

Nuestras filiales internacionales, en su conjunto, anotaron ingresos por MM \$24.188 en 1T25, un crecimiento de 7,8%, impulsado por el crecimiento en moneda local de Colombia y, en menor grado,

de Uruguay y Perú. La participación de nuestras filiales internacionales en los ingresos consolidados de FORUS fue 25,6% este trimestre (comparado con 26,9% en 1T24). La venta digital de las filiales internacionales creció 8,4% en 1T25 y representó un 22% de la venta DTC (17% del ingreso total de las filiales internacionales).

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

- En **Perú** la venta aumentó 9,8% en 1T25 (5,9% en moneda local), impulsado por alzas en 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 1T25, el segmento DTC (78% de los ingresos) registró un alza de 10,1% (6,4% en moneda local) y el segmento *wholesale* (22% de los ingresos), un crecimiento de 8,7% (4,4% en moneda local). La venta este trimestre se vio presionada por varios factores. El 21 de febrero, se desplomó una parte del techo del patio de comidas del concurrido centro comercial Real Plaza en Trujillo, dejando seis personas fallecidas y otras 81 heridas. A raíz de esta lamentable tragedia, se cerró, hasta nuevo aviso, el mall afectado (donde tenemos una tienda Columbia) y el operador clausuró también todos sus centros comerciales durante un fin de semana por luto (incluyendo 14 tiendas de FORUS en Perú). Además, las autoridades municipales realizaron algunos cierres temporales adicionales de centros comerciales, por algunos días en febrero y marzo, para realizar fiscalizaciones, como medida de prevención. El retail en Perú también se vio afectado en marzo por el estado de emergencia, decretado por el gobierno por 30 días en Lima y Callao, producto del alza en la delincuencia. Finalmente, otro factor que nos perjudicó fue que tuvimos algunos atrasos en la cadena de suministro, afectando la entrada de inventario nuevo y perjudicando la venta de algunas de nuestras marcas este trimestre. Dentro del segmento DTC, el canal digital registró un crecimiento de 6,5% (3,4% en moneda local) y representó un 12% de la venta DTC (10% del ingreso total). El canal presencial registró un alza en ingresos de 10,6% (6,8% en moneda local), impulsado por el crecimiento de 5,2% en SSS y por las aperturas, netas, de tiendas en el último año. La venta por m2 en Perú aumentó 7,5% (3,8% en moneda local) en 1T25, a pesar de la clausura temporal de centros comerciales y el cierre temporal por remodelación de la tienda RKF en Jockey Plaza. Durante este trimestre, abrimos 1 tienda de la marca Columbia y cerramos 1 tienda Billabong, y en el periodo de los últimos doce meses, abrimos 4 tiendas, netas (6 aperturas + 2 cierres); esto último equivale a un aumento de 2,3% en la superficie de venta.
- En **Uruguay** los ingresos registraron una variación de -1,5% en 1T25 (7,7% en moneda local), explicado por el decrecimiento del segmento *wholesale* (21% de los ingresos) y la depreciación del UYU contra el CLP, que disminuyó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados; esto fue contrarrestado, parcialmente, por el buen desempeño del segmento DTC (79% de los ingresos). El segmento *wholesale* registró una variación de -16,8% (-8,4% en moneda local) este trimestre, mientras que el ingreso del segmento DTC aumentó 3,5% (12,9%

en moneda local). El decrecimiento del segmento *wholesale* se explica por la alta base de comparación, dado que en 1T24 se hizo el llenado de canal de nuevos puntos de venta *wholesale*. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas (64% del total) creció 4,4% (13,8% en moneda local) este trimestre, impulsado por SSS y más metros cuadrados de venta. En el periodo de los últimos doce meses, abrimos 1 tienda, neta (3 aperturas, incluyendo la *flagship* de MANGO en Montevideo, y 2 cierres), con lo cual la superficie de ventas aumentó 9,7% en ese periodo. Durante el 1T25, no abrimos ni cerramos tiendas. El SSS de Uruguay en 1T25 fue 4,2% (en moneda local); la venta por m2 tuvo una variación de -4,9% (+3,7% en moneda local) este trimestre. El canal digital registró una variación de -0,2% (+9,4% en moneda local), y representó un 19% de la venta DTC (15% del total).

- En **Colombia**, la venta creció 16,9% en 1T25 (23,2% en moneda local) impulsado por el robusto desempeño de los segmentos DTC (74% de los ingresos) y *wholesale* (26% de los ingresos), lo que fue parcialmente contrarrestado por la depreciación del COP contra el CLP, que disminuyó en parte la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. Las ventas del segmento DTC aumentaron 16,5% (22,5% en moneda local) mientras que el segmento *wholesale* creció 17,9% (25,0% en moneda local), impulsado en parte por una exitosa transición de la temporada de verano al adelanto de otoño/invierno. El fuerte crecimiento del *wholesale* se explica, también en parte, por una venta especial de inventario de temporadas anteriores. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas aumentó 17,3% (23,2% en moneda local), impulsado por SSS y más metros cuadrados de venta. En el periodo de los últimos doce meses, abrimos 2 tiendas, neta (2 aperturas y 0 cierres), con lo cual la superficie de ventas aumentó 9,8% en ese periodo. Durante el 1T25, no abrimos ni cerramos tiendas. El SSS de Colombia en 1T25 fue 10,8% (en moneda local); la venta por m2 tuvo una variación de 5,0% (10,3% en moneda local) este trimestre. El canal digital registró una variación de 15,2% (21,3% en moneda local), y representó un 35% de la venta DTC (26% del total).

- **La Ganancia Bruta consolidada de MM \$49.235 aumentó 11,3% en 1T25 y el margen bruto registró 52,1%, un deterioro de 97 puntos base.**

En Chile, la ganancia bruta creció 13,1% en 1T25, con un margen bruto de 52,1%, un deterioro de 102 puntos base. En 1T25, la ganancia bruta del segmento DTC (79% de la ganancia bruta total de Chile) experimentó un crecimiento de 14,8%, con un margen bruto de 56,7%, equivalente a una leve expansión de 20 puntos base. Por otro lado, la ganancia bruta del segmento *wholesale* (21% del total de Chile) aumentó 7,5% con un margen bruto de 40,3%, un deterioro de 393 puntos base, explicado en parte por la fuerte volatilidad del CLP/USD y su impacto en el costo del inventario de otoño/invierno que llegó en enero y febrero (a un dólar promedio 11,3% mayor A/A). En los meses siguientes, la presión del dólar se ha moderado significativamente, por lo que el dólar promedio de la



colección otoño/invierno (actualizado a fines de abril) presenta un alza de 3,5% comparado con la misma colección del año anterior.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, aumentó 6,1% en 1T25, con un margen bruto de 52,0%, una contracción de 83 puntos base. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** Este trimestre la ganancia bruta aumentó 9,2% y el margen bruto de 57,0% se deterioró levemente en 28 puntos base. La ganancia bruta del segmento DTC (82% de la ganancia bruta total de Perú) creció 9,9%, con un margen bruto de 60,0%, un deterioro de 10 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (18% del total), a su vez, registró un alza de 6,4% con un margen bruto de 46,7%, un deterioro de 103 puntos base.
  - **Uruguay:** En 1T25, la ganancia bruta decreció 4,6% y el margen bruto de 52,1% se deterioró en 167 puntos base. La ganancia bruta del segmento DTC (86% de la ganancia bruta total de Uruguay) registró una variación de -0,1%, con un margen bruto de 56,4%, un deterioro de 201 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (14% de la ganancia bruta total de Uruguay) decreció 24,8% con un margen bruto de 35,9%, un deterioro de 381 puntos base.
  - **Colombia:** Este trimestre la ganancia bruta creció 16,8% y el margen bruto de 46,6% tuvo un leve deterioro de 5 puntos base. La ganancia bruta en el segmento DTC (84% de la ganancia bruta total de Colombia) aumentó 23,6%, con un margen bruto de 53,3%, una expansión de 304 puntos base. La ganancia bruta en el segmento *wholesale* (16% del total) decreció 9,8%, con un margen bruto de 27,9%, un deterioro de 855 puntos base, explicado por una venta especial de inventario de colecciones anteriores.
- **En 1T25, el Resultado Operacional consolidado de MM \$7.836 creció 20,7%, con un margen operacional de 8,3%, una expansión de 51 puntos base.**

En Chile este trimestre registramos un Resultado Operacional de MM \$6.480, un alza de 24,3% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 9,2%, una expansión de 66 puntos base. El crecimiento del Resultado Operacional este trimestre se explica, principalmente, por el apalancamiento operacional, dado que el GAV/ingresos mejoró 168 puntos base. Este trimestre, el GAV aumentó 11,0% explicado principalmente por: 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.

En 1T25 las filiales internacionales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$1.356, un crecimiento de 6,3%, con un margen operacional de 5,6%, un leve deterioro de 8 puntos base. El crecimiento del resultado operacional de las filiales fue impulsado por Colombia:

- **Perú:** En 1T25 el resultado operacional de MM \$811 decreció 8,6%, con un margen operacional de 9,7%, un deterioro de 196 puntos base, explicado principalmente por el crecimiento del GAV de 13,8%, la presión en el GAV/ingresos (167 puntos base) y, en menor grado, por el leve deterioro en el margen bruto (28 puntos base). El aumento del GAV se debió, principalmente, a mayores gastos de depreciación por aperturas/remodelaciones de tiendas y por mayores gastos programados de TI/logística (nuevo WMS en el centro de distribución).
- **Uruguay:** Este trimestre Uruguay registró un resultado operacional de MM \$161, un decrecimiento de 54,1%, con un margen operacional de 2,0%, lo que representa un deterioro de 229 puntos base. Esta variación se explica, principalmente, por el deterioro del margen bruto (167 puntos base) y, en menor grado, por el desapalancamiento operacional: aunque el GAV se contrajo levemente (-0,3%), el GAV/ingresos se deterioró (62 puntos base) debido a la variación de -1,5% de los ingresos.
- **Colombia:** En 1T25 el resultado operacional de MM \$384 creció 908,0%, con un margen operacional de 4,9%, una expansión de 436 puntos base. Este crecimiento se explica, principalmente, por el fuerte crecimiento en ingresos y apalancamiento operacional y, también por el control de gastos. El GAV sólo aumentó 5,7% este trimestre.

### Resultado No Operacional consolidado

- **En 1T25, registramos una Pérdida No Operacional consolidada de MM \$865, comparado con una Ganancia No Operacional consolidada de MM \$914 en 1T24.**

La Pérdida No Operacional este trimestre se explica, principalmente, por la variación de la cuenta *Diferencias de Cambio*, y en segundo lugar, por la cuenta *Ingresos/Gastos Financieros, Netos*. La cuenta *Diferencias de Cambio* registró una pérdida de MM \$762 este trimestre, comparado con una ganancia de MM \$387 en 1T24 (un delta de MM \$1.149), principalmente explicado por la depreciación (precio de cierre) del USD contra el CLP y su impacto en el valor contable de los activos denominados en USD; al cierre de marzo, el CLP/USD fue \$953 comparado con \$996 al cierre de diciembre (una variación de -43 CLP). Los *Ingresos/(Gastos) Financieros, Netos* registraron un gasto financiero, neto, de MM \$648 este trimestre, un aumento de 160% con respecto al 1T24, principalmente explicado por mayores pasivos por arrendamientos, explicado por la renovación de contratos.

### Utilidad y EBITDA consolidada

- **En 1T25, FORUS reportó una Ganancia consolidada de MM \$4.990, un decrecimiento de 6,3%, con un margen neto de 5,3%, una contracción de 110 puntos base.**

En 1T25, la Ganancia del Ejercicio es atribuible al Resultado Operacional, que registró un alza de 20,7%, lo que fue contrarrestado, parcialmente, por la Pérdida No Operacional, atribuible

principalmente a la variación del CLP/USD. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$4.317 (86,5% de la Ganancia de FORUS), un decrecimiento de 10,6%. Las filiales, en su conjunto, contribuyeron una Utilidad Neta de MM \$673 en 1T25 (13,5% de la Ganancia consolidada), lo que representó un alza de 36,4%.

- **En 1T25 el EBITDA consolidado de FORUS registró MM \$14.997, un alza de 18,5%, con un margen EBITDA de 15,9%, una expansión de 69 puntos base.**

En 1T25 Chile aportó el 76,5% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 23,5%, donde Perú contribuyó 10,8%; Colombia, 7,3%; y Uruguay, 5,4%. El EBITDA de Chile creció 19,9%, mientras que el EBITDA de las filiales aumentó 14,0%, este trimestre.

## VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

### Balance Consolidado

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

|                      | Mar-2025<br>MM\$ | Dic-2024<br>MM\$ | Variación<br>MM\$ | %           |
|----------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------|
| Activo Corriente     | 210.425          | 212.842          | (2.417)           | -1,1%       |
| Activo No Corriente  | 152.211          | 146.443          | 5.768             | 3,9%        |
| <b>Total Activos</b> | <b>362.636</b>   | <b>359.285</b>   | <b>3.351</b>      | <b>0,9%</b> |

El **Activo Corriente** presentó una leve disminución de 1,1% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Inventarios*, que registró un alza de MM \$10.660; *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, que disminuyó MM \$4.036, y *Otros Activos Financieros Corrientes*, que disminuyó MM \$8.221, principalmente por el pago de la compra de inventarios y por el pago a proveedores por materiales y servicios relacionados a la construcción de nuestro segundo centro de distribución en Chile; *Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar*, que se incrementó en MM\$ 6.448, producto de las ventas; y la cuenta *Activos por Impuestos Corrientes*, que disminuyó MM\$ 8.712, por el recupero de excedentes de impuestos que se encontraban activados al 31 de diciembre 2024.

El **Activo No Corriente** aumentó 3,9% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$5.305, principalmente, por el incremento en derechos de uso por las renovaciones de contratos de arrendamiento y por los avances en la construcción de nuestro segundo CD en Chile.

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

|                                   | Mar-2025<br>MM\$ | Dic-2024<br>MM\$ | Variación<br>MM\$ | %           |
|-----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------|
| Pasivo Corriente                  | 61.925           | 67.310           | (5.385)           | -8,0%       |
| Pasivo No Corriente               | 58.750           | 54.837           | 3.913             | 7,1%        |
| Patrimonio                        | 241.961          | 237.138          | 4.823             | 2,0%        |
| <b>Total Patrimonio y Pasivos</b> | <b>362.636</b>   | <b>359.285</b>   | <b>3.351</b>      | <b>0,9%</b> |

El **Pasivo Corriente** presentó una disminución de 8,0%, con variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que disminuyó MM \$3.550, principalmente por el pago de la compra de inventarios; *Otros Pasivos no Financieros Corrientes*, que disminuyó MM \$2.063, por el pago de IVA devengada; *Provisiones Corrientes por Beneficios a los Empleados*, que disminuyó MM \$1.957 por el pago de bonos anuales devengados al cierre de 2024; y *Otros Pasivos por Arrendamientos, Corriente* que aumentó MM \$1.256 por las renovaciones de contratos de arrendamientos.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 7,1%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM \$4.035, asociado a las renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones de largo plazo.

### • Patrimonio

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

|                                | Mar-2025       | Dic-2024       | Variación    |             |
|--------------------------------|----------------|----------------|--------------|-------------|
|                                | MM\$           | MM\$           | MM\$         | %           |
| Capital Emitido                | 24.243         | 24.243         | -            | -           |
| Otras Reservas                 | 22.850         | 23.022         | (172)        | -0,7%       |
| Utilidades Acumuladas          | 194.249        | 189.259        | 4.990        | 2,6%        |
| Participaciones no Controladas | 619            | 614            | 5            | 0,9%        |
| <b>Total Patrimonio</b>        | <b>241.961</b> | <b>237.138</b> | <b>4.823</b> | <b>2,0%</b> |

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$4.823 debido, principalmente, al crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. Las utilidades de la compañía alcanzaron MM \$4.990 al 31 de marzo de 2025.

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

|                                        | MM\$         |
|----------------------------------------|--------------|
| Perú Forus S.A.                        | (283)        |
| Uruforus S.A.                          | 18           |
| Forus Colombia S.A.S.                  | 93           |
| <b>Total diferencias de conversión</b> | <b>(172)</b> |

### Razones Financieras

### • Índices de Endeudamiento y Liquidez

|                           | Unidad | Mar-25 | Dic-24 | Variación |
|---------------------------|--------|--------|--------|-----------|
| Coeficiente endeudamiento | veces  | 0,50   | 0,52   | -0,02     |
| Cobertura de Intereses    | veces  | 10,99  | 13,27  | -2,28     |

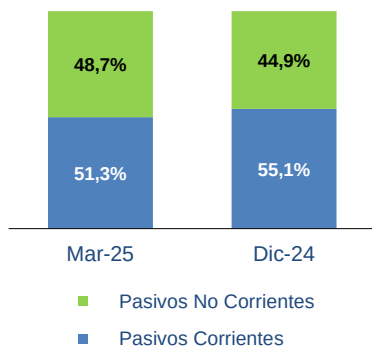
  

|                    | Unidad | Mar-25 | Dic-24 | Variación |
|--------------------|--------|--------|--------|-----------|
| Liquidez corriente | veces  | 3,40   | 3,16   | 0,24      |
| Razón Ácida        | veces  | 1,74   | 1,80   | -0,06     |



La liquidez corriente presenta una leve mejora con respecto a diciembre, principalmente, por la disminución de 8,0% en el Pasivo Corriente. La razón ácida registró una pequeña disminución de 0,06%, explicado por el incremento de 11,6% en inventarios.

|                       | Unidad | Mar-25 | Dic-24 |
|-----------------------|--------|--------|--------|
| Composición Pasivos   |        |        |        |
| Pasivos Corrientes    | %      | 51,3%  | 55,1%  |
| Pasivos No Corrientes | %      | 48,7%  | 44,9%  |



#### • Índices de Rentabilidad (periodo de 3M)

|                           | Unidad | Mar-25 | Mar-24 | Variación |
|---------------------------|--------|--------|--------|-----------|
| Rentabilidad s/Activos    | %      | 1,4%   | 1,6%   | -0,2%     |
| Rentabilidad s/Ventas     | %      | 5,3%   | 6,4%   | -1,1%     |
| Rentabilidad s/Patrimonio | %      | 2,1%   | 2,3%   | -0,3%     |
| Utilidad por Acción       | \$     | 19,3   | 20,6   | -1,3      |

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$19,3 en el periodo 1T25**, lo que equivale a una disminución de \$1,3 comparado con 1T24, lo que representa decrecimiento de 6,3%.

## Análisis de Flujo de Caja Consolidado

|                          | Mar-2025 | Mar-2024 | Variación |
|--------------------------|----------|----------|-----------|
|                          | MM\$     | MM\$     | MM\$      |
| Flujos de Operaciones    | (4.345)  | (14.204) | 9.859     |
| Flujos de Inversión      | 4.803    | 3.725    | 1.078     |
| Flujos de Financiamiento | (4.586)  | (2.564)  | (2.022)   |

Las **actividades de operaciones** generaron una variación positiva respecto a finales de diciembre 2024 por MM \$9.859, debido principalmente a la mayor recaudación por ventas y al recupero de excedentes de impuestos que se encontraban activados al 31 de diciembre 2024.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación positiva respecto a finales de diciembre 2024 por MM \$1.078, principalmente, por el recupero de recursos asociados a fondos en inversiones de fácil liquidación que mantiene la compañía.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación negativa respecto a finales de diciembre 2024 por MM \$2.022, principalmente por el pago de préstamos asociados a la compra de inventario.

## Análisis de Riesgo de Mercado

**Riesgo regional:** En América Latina el crecimiento económico fue moderado en 1T25. En **Chile**, el PIB 1T25 creció 2,3%, cifra que se ubicó por sobre el 2,0% esperado por el mercado. La tasa de inflación acumulada a 12 meses anotó 4,9% en marzo, elevándose respecto a la tasa de 4,5% registrada en diciembre 2024. La tasa de desocupación en marzo fue 8,7%, un aumento de 0,6 puntos porcentuales en 12 meses. En marzo, la confianza de los consumidores chilenos se mantuvo en terreno negativo al registrar 40,8 (50 es neutro), un leve deterioro con respecto a diciembre 2024 (41,9). En **Uruguay** se estima que el PIB creció 3,5% en 1T25, la misma tasa alcanzada en 1T24. La tasa de inflación a doce meses se elevó a 5,7% en marzo, comparado con 5,5% en diciembre 2024. El desempleo, a su vez, fue de 8,0% en marzo, aumentando respecto a diciembre (7,4%). En **Perú** el PIB creció 3,9% en 1T25, luego de crecer 4,2% en 4T24. La tasa de inflación acumulada a doce meses a marzo se mantuvo moderada, a 1,3%, comparado con 2,0% a diciembre 2024. En **Colombia** el PIB creció 2,7% en 1T25, comparado con el 2,3% alcanzado en 4T24. La tasa de inflación a doce meses acumulada alcanzó 5,1% en marzo, comparado con 5,2% en diciembre 2024. La tasa de desempleo en marzo alcanzó 9,6%, comparado a 9,1% en diciembre 2024.

**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 marzo de 2025, registró una apreciación de 2,9% con respecto al año pasado. Con respecto a las otras monedas locales: al cierre de marzo, el PEN de Perú se apreció 1,8% contra el USD; el UYU de Uruguay se depreció 12,2%; y el COP de Colombia, 9,1% (precio cierre). La apreciación del PEN contra el CLP (FX promedio mes) aumentó la contribución de Perú al consolidar sus resultados en CLP mientras que la depreciación del COP y el UYU contra el CLP (FX promedio mes) disminuyó la contribución de esas 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\$)

|                | 1T25   | 1T24   | Var % | Moneda Local |
|----------------|--------|--------|-------|--------------|
| Chile          | 70.325 | 60.963 | 15,4% | 15,4%        |
| Colombia       | 7.804  | 6.676  | 16,9% | 23,2%        |
| Perú           | 8.345  | 7.603  | 9,8%  | 5,9%         |
| Uruguay        | 8.039  | 8.164  | -1,5% | 7,7%         |
| Total Filiales | 24.188 | 22.443 | 7,8%  |              |
| Total Forus    | 94.513 | 83.407 | 13,3% |              |

Ingresos (% total)

|                | 1T25  | 1T24  |
|----------------|-------|-------|
| Chile          | 74,4% | 73,1% |
| Colombia       | 8,3%  | 8,0%  |
| Perú           | 8,8%  | 9,1%  |
| Uruguay        | 8,5%  | 9,8%  |
| Total Filiales | 25,6% | 26,9% |

Same Store Sales (en moneda local)

|          | 2025<br>1T | 2T | 3T | 4T | 2025<br>3M | 2024<br>3M |
|----------|------------|----|----|----|------------|------------|
| Chile    | 14,7%      |    |    |    | 14,7%      | 4,1%       |
| Colombia | 10,8%      |    |    |    | 10,8%      | -0,3%      |
| Perú     | 5,2%       |    |    |    | 5,2%       | 0,4%       |
| Uruguay  | 4,2%       |    |    |    | 4,2%       | 7,6%       |

Digital (% de la Venta)

|          | 1T  | 2025<br>2T | 3T | 4T | 2025<br>3M |
|----------|-----|------------|----|----|------------|
| Chile    | 13% |            |    |    | 13%        |
| Colombia | 26% |            |    |    | 26%        |
| Perú     | 10% |            |    |    | 10%        |
| Uruguay  | 15% |            |    |    | 15%        |
| Forus    | 14% |            |    |    | 14%        |

Digital (% del DTC)

|          | 1T  | 2025<br>2T | 3T | 4T | 2025<br>3M |
|----------|-----|------------|----|----|------------|
| Chile    | 18% |            |    |    | 18%        |
| Colombia | 35% |            |    |    | 35%        |
| Perú     | 12% |            |    |    | 12%        |
| Uruguay  | 19% |            |    |    | 19%        |
| Forus    | 19% |            |    |    | 19%        |

## 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             |
| 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      |
| 9                 | BSoul                  | Bsoul.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       |
| 50                | Total Forus S.A.       |                     |

## Marketplaces, por país

| Marketplaces |                   |
|--------------|-------------------|
| Chile        |                   |
| 1            | Mercado Libre     |
| 2            | Mercado Ripley    |
| 3            | Paris Marketplace |
| 4            | Falabella Online  |
| Uruguay      |                   |
| 1            | Mercado Libre     |
| Perú         |                   |
| 1            | Mercado Libre     |
| 2            | Shopstar          |
| 3            | Falabella Online  |
| 4            | Rappi             |
| Colombia     |                   |
| 1            | Dafiti            |
| 2            | Mercado Libre     |
| 3            | Falabella Online  |



### Número de Locales y Superficies

|              | Mar. 2025  |               | Mar. 2024  |               | Var.AA     |             |
|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|-------------|
|              | N° Locales | m2            | N° Locales | m2            | N° Locales | m2 %        |
| Chile        | 267        | 30.550        | 257        | 29.878        | 10         | 2,2%        |
| Colombia     | 43         | 3.127         | 41         | 2.847         | 2          | 9,8%        |
| Perú         | 58         | 4.674         | 54         | 4.567         | 4          | 2,3%        |
| Uruguay      | 46         | 5.187         | 45         | 4.727         | 1          | 9,7%        |
| <b>Total</b> | <b>414</b> | <b>43.538</b> | <b>397</b> | <b>42.019</b> | <b>17</b>  | <b>3,6%</b> |

### Movimientos de tiendas 1T25, por país

| Aperturas    |            |          |                  |          |            |
|--------------|------------|----------|------------------|----------|------------|
|              | N° Tiendas | Cadena   | Tienda           | Ciudad   | m2         |
| <b>Chile</b> |            |          |                  |          |            |
|              | 1          | CAT      | Parque Arauco    | Santiago | 66         |
|              | <b>1</b>   |          |                  |          | <b>66</b>  |
| <b>Perú</b>  |            |          |                  |          |            |
|              | 1          | Columbia | Parque La Molina | Lima     | 55         |
|              | <b>1</b>   |          |                  |          | <b>55</b>  |
| <b>Total</b> | <b>2</b>   |          |                  |          | <b>121</b> |

| Cierres      |            |           |                   |          |            |
|--------------|------------|-----------|-------------------|----------|------------|
|              | N° Tiendas | Cadena    | Tienda            | Ciudad   | m2         |
| <b>Chile</b> |            |           |                   |          |            |
|              | 1          | 7Veinte   | Arauco Maipú      | Santiago | 66         |
|              | 1          | 7Veinte   | Plaza Maule       | Santiago | 106        |
|              | <b>2</b>   |           |                   |          | <b>172</b> |
| <b>Perú</b>  |            |           |                   |          |            |
|              | 1          | Billabong | Outlet Aeropuerto | Lima     | 103        |
|              | <b>1</b>   |           |                   |          | <b>103</b> |
| <b>Total</b> | <b>3</b>   |           |                   |          | <b>275</b> |

| Forus                                           |            |             |
|-------------------------------------------------|------------|-------------|
| Aperturas/cierres netas (1-Ene-25 al 31-Mar-25) |            |             |
| País                                            | N° Tiendas | m2          |
| Chile                                           | -1         | -106        |
| Perú                                            | 0          | -48         |
| Uruguay                                         | 0          | 0           |
| Colombia                                        | 0          | 0           |
| <b>Total</b>                                    | <b>-1</b>  | <b>-154</b> |

**CHILE**

(Millones Ch.\$)

**Total Chile**

| EERR                  | 1T25     | % Ing. | 1T24     | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|----------|--------|----------|--------|------------|
| Ingresos              | 70.325   |        | 60.963   |        | 15,4%      |
| Costos                | (33.674) |        | (28.570) |        | 17,9%      |
| Ganancia Bruta        | 36.651   | 52,1%  | 32.393   | 53,1%  | 13,1%      |
| Resultado Operacional | 6.480    | 9,2%   | 5.215    | 8,6%   | 24,3%      |
| EBITDA                | 11.479   | 16,3%  | 9.573    | 15,7%  | 19,9%      |

**Directo al Consumidor (DTC)**

| EERR                  | 1T25     | % Ing. | 1T24     | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|----------|--------|----------|--------|------------|
| Ingresos              | 50.783   |        | 44.395   |        | 14,4%      |
| Costos                | (22.008) |        | (19.331) |        | 13,9%      |
| Ganancia Bruta        | 28.774   | 56,7%  | 25.064   | 56,5%  | 14,8%      |
| Resultado Operacional | 4.669    | 9,2%   | 2.898    | 6,5%   | 61,1%      |
| EBITDA                | 8.952    | 17,6%  | 6.563    | 14,8%  | 36,4%      |

**Wholesale**

| EERR                  | 1T25     | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|----------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 19.542   |        | 16.569  |        | 17,9%      |
| Costos                | (11.666) |        | (9.239) |        | 26,3%      |
| Ganancia Bruta        | 7.877    | 40,3%  | 7.329   | 44,2%  | 7,5%       |
| Resultado Operacional | 1.811    | 9,3%   | 2.316   | 14,0%  | -21,8%     |
| EBITDA                | 2.527    | 12,9%  | 3.010   | 18,2%  | -16,0%     |

## PERÚ

(Millones Ch.\$)

### Total Perú

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 8.345   |        | 7.603   |        | 9,8%       |
| Costos                | (3.586) |        | (3.246) |        | 10,5%      |
| Ganancia Bruta        | 4.759   | 57,0%  | 4.357   | 57,3%  | 9,2%       |
| Resultado Operacional | 811     | 9,7%   | 888     | 11,7%  | -8,6%      |
| EBITDA                | 1.619   | 19,4%  | 1.637   | 21,5%  | -1,1%      |

### Directo al Consumidor (DTC)

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 6.498   |        | 5.904   |        | 10,1%      |
| Costos                | (2.601) |        | (2.357) |        | 10,3%      |
| Ganancia Bruta        | 3.897   | 60,0%  | 3.547   | 60,1%  | 9,9%       |
| Resultado Operacional | 451     | 6,9%   | 450     | 7,6%   | 0,4%       |
| EBITDA                | 1.213   | 18,7%  | 1.163   | 19,7%  | 4,3%       |

### Wholesale

| EERR                  | 1T25  | % Ing. | 1T24  | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|-------|--------|-------|--------|------------|
| Ingresos              | 1.847 |        | 1.699 |        | 8,7%       |
| Costos                | (985) |        | (888) |        | 10,9%      |
| Ganancia Bruta        | 862   | 46,7%  | 811   | 47,7%  | 6,4%       |
| Resultado Operacional | 360   | 19,5%  | 438   | 25,8%  | -17,9%     |
| EBITDA                | 406   | 22,0%  | 473   | 27,8%  | -14,2%     |

**URUGUAY**

(Millones Ch.\$)

**Total Uruguay**

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 8.039   |        | 8.164   |        | -1,5%      |
| Costos                | (3.850) |        | (3.774) |        | 2,0%       |
| Ganancia Bruta        | 4.189   | 52,1%  | 4.390   | 53,8%  | -4,6%      |
| Resultado Operacional | 161     | 2,0%   | 351     | 4,3%   | -54,1%     |
| EBITDA                | 807     | 10,0%  | 799     | 9,8%   | 1,0%       |

**Directo al Consumidor (DTC)**

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 6.365   |        | 6.152   |        | 3,5%       |
| Costos                | (2.777) |        | (2.560) |        | 8,5%       |
| Ganancia Bruta        | 3.588   | 56,4%  | 3.592   | 58,4%  | -0,1%      |
| Resultado Operacional | (8)     | -0,1%  | 45      | 0,7%   | -117,5%    |
| EBITDA                | 614     | 9,6%   | 458     | 7,4%   | 33,9%      |

**Wholesale**

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 1.674   |        | 2.012   |        | -16,8%     |
| Costos                | (1.073) |        | (1.214) |        | -11,6%     |
| Ganancia Bruta        | 600     | 35,9%  | 798     | 39,7%  | -24,8%     |
| Resultado Operacional | 169     | 10,1%  | 306     | 15,2%  | -44,8%     |
| EBITDA                | 194     | 11,6%  | 341     | 16,9%  | -43,2%     |

**COLOMBIA**

(Millones Ch.\$)

**Total Colombia**

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 7.804   |        | 6.676   |        | 16,9%      |
| Costos                | (4.167) |        | (3.561) |        | 17,0%      |
| Ganancia Bruta        | 3.637   | 46,6%  | 3.115   | 46,7%  | 16,8%      |
| Resultado Operacional | 384     | 4,9%   | 38      | 0,6%   | 908,0%     |
| EBITDA                | 1.091   | 14,0%  | 649     | 9,7%   | 68,1%      |

**Directo al Consumidor (DTC)**

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 5.741   |        | 4.927   |        | 16,5%      |
| Costos                | (2.679) |        | (2.449) |        | 9,4%       |
| Ganancia Bruta        | 3.062   | 53,3%  | 2.478   | 50,3%  | 23,6%      |
| Resultado Operacional | 424     | 7,4%   | 65      | 1,3%   | 548,0%     |
| EBITDA                | 583     | 10,2%  | 597     | 12,1%  | -2,3%      |

**Wholesale**

| EERR                  | 1T25    | % Ing. | 1T24    | % Ing. | Var. 24/23 |
|-----------------------|---------|--------|---------|--------|------------|
| Ingresos              | 2.063   |        | 1.750   |        | 17,9%      |
| Costos                | (1.488) |        | (1.112) |        | 33,8%      |
| Ganancia Bruta        | 575     | 27,9%  | 637     | 36,4%  | -9,8%      |
| Resultado Operacional | (39)    | -1,9%  | (27)    | -1,6%  | 43,8%      |
| EBITDA                | 508     | 24,6%  | 52      | 3,0%   | 875,4%     |

**FORUS S.A. Y AFILIADAS**  
 Estados de Situación Financiera Consolidados  
 31 de marzo de 2025 (no auditados) y 31 de diciembre de 2024

| <b>ACTIVOS</b>                                                    |             | <b>2025</b>        | <b>2024</b>        |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------|--------------------|
| <b>Activos Corrientes</b>                                         | <b>Nota</b> | <b>M\$</b>         | <b>M\$</b>         |
| Efectivo y equivalentes al efectivo                               | (5)         | 18.821.631         | 22.858.031         |
| Otros activos financieros corrientes                              | (6 a)       | 36.539.146         | 44.760.578         |
| Otros activos no financieros corrientes                           | (28 a)      | 6.853.764          | 5.409.423          |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto) | (7 a)       | 45.497.704         | 39.049.734         |
| Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes            | (13 a)      | 269.696            | 269.697            |
| Inventarios                                                       | (14)        | 102.443.136        | 91.782.824         |
| Activos por impuestos corrientes                                  | (11 b)      | -                  | 8.712.267          |
| Total de activos corrientes                                       |             | <u>210.425.077</u> | <u>212.842.554</u> |
| <b>Activos No Corrientes</b>                                      |             |                    |                    |
| Otros activos no financieros no corrientes                        | (28 b)      | 192.824            | 136.480            |
| Derechos por cobrar no corrientes                                 | (29)        | 528.094            | 532.852            |
| Activos intangibles distintos de la plusvalía                     | (8)         | 2.207.528          | 1.961.306          |
| Plusvalía                                                         | (9)         | 2.727.233          | 2.727.132          |
| Propiedades, plantas y equipos                                    | (10)        | 139.213.238        | 133.908.235        |
| Activos por impuestos diferidos                                   | (11 c)      | 7.342.387          | 7.176.855          |
| Total de activos no corrientes                                    |             | <u>152.211.304</u> | <u>146.442.860</u> |
| Total de Activos                                                  |             | <u>362.636.381</u> | <u>359.285.414</u> |

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



**FORUS S.A. Y AFILIADAS**  
 Estados de Situación Financiera Consolidados  
 31 de marzo de 2025 (no auditados) y 31 de diciembre de 2024

**PASIVOS**

| <b>Pasivos Corrientes</b>                                          | <b>Nota</b> | <b>2025<br/>M\$</b> | <b>2024<br/>M\$</b> |
|--------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------|---------------------|
| Otros pasivos financieros corrientes                               | (16 b)      | 1.801.859           | 2.658.834           |
| Otros pasivos por arrendamientos corrientes                        | (16 c)      | 17.262.383          | 16.005.904          |
| Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar            | (18)        | 20.819.117          | 24.368.776          |
| Otras provisiones corrientes                                       | (19)        | 11.640.612          | 10.561.209          |
| Pasivos por impuestos corrientes                                   | (11 b)      | 705.707             | -                   |
| Provisiones corrientes por beneficios a los empleados              | (20)        | 9.192.088           | 11.148.897          |
| Otros pasivos no financieros corrientes                            | (21)        | 503.126             | 2.566.574           |
| <b>Total de pasivos corrientes</b>                                 |             | <b>61.924.892</b>   | <b>67.310.194</b>   |
| <b>Pasivos No Corrientes</b>                                       |             |                     |                     |
| Otros pasivos financieros no corrientes                            | (16 b)      | 314.990             | 436.572             |
| Otros pasivos por arrendamientos no corrientes                     | (16 c)      | 58.428.380          | 54.393.803          |
| Otros pasivos no financieros no corrientes                         | (32)        | 6.775               | 6.692               |
| <b>Total de pasivos no corrientes</b>                              |             | <b>58.750.145</b>   | <b>54.837.067</b>   |
| <b>Total Pasivos</b>                                               |             | <b>120.675.037</b>  | <b>122.147.261</b>  |
| <b>Patrimonio</b>                                                  |             |                     |                     |
| Capital emitido                                                    | (15 b)      | 24.242.787          | 24.242.787          |
| Ganancias acumuladas                                               |             | 194.248.899         | 189.258.956         |
| Primas de emisión                                                  |             | 17.386.164          | 17.386.164          |
| Otras reservas                                                     | (15 f)      | 5.464.354           | 5.636.413           |
| <b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b> |             | <b>241.342.204</b>  | <b>236.524.320</b>  |
| Participaciones no controladoras                                   | (17)        | 619.140             | 613.833             |
| <b>Patrimonio total</b>                                            |             | <b>241.961.344</b>  | <b>237.138.153</b>  |
| <b>Total de Patrimonio y Pasivos</b>                               |             | <b>362.636.381</b>  | <b>359.285.414</b>  |

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

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

|                                                                 | <b>Nota</b>   | <b>01.01.2025<br/>31.03.2025<br/>M\$</b> | <b>01.01.2024<br/>31.03.2024<br/>M\$</b> |
|-----------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Estados de Resultados Integrales</b>                         |               |                                          |                                          |
| Ingresos de actividades ordinarias                              |               | 94.512.908                               | 83.406.649                               |
| Costo de ventas                                                 | (14)          | (45.277.660)                             | (39.151.134)                             |
| <b>Ganancia bruta</b>                                           |               | <b>49.235.248</b>                        | <b>44.255.515</b>                        |
| Otros ingresos, por función                                     | (25 a)        | 136.223                                  | 186.397                                  |
| Costos de distribución                                          |               | (1.317.871)                              | (1.083.415)                              |
| Gasto de administración                                         | (22)          | (40.081.383)                             | (36.680.673)                             |
| Otros gastos, por función                                       | (25 b)        | (56.370)                                 | (71.076)                                 |
| Otras ganancias (pérdidas)                                      | (25 c)        | 128.412                                  | 267.290                                  |
| Ingresos (gastos) financieros                                   | (30 a)        | 715.890                                  | 680.192                                  |
| Costos financieros                                              | (30 b)        | (1.364.385)                              | (929.917)                                |
| Diferencias de cambio                                           | (23)          | (762.362)                                | 386.848                                  |
| Resultados por unidades de reajuste                             | (24)          | 337.508                                  | 394.042                                  |
| <b>Ganancia (pérdida), antes de impuesto</b>                    |               | <b>6.970.910</b>                         | <b>7.405.203</b>                         |
| Gasto por impuestos a las ganancias                             | (11 d)        | (1.980.967)                              | (2.081.157)                              |
| <b>Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas</b> |               | <b>4.989.943</b>                         | <b>5.324.046</b>                         |
| Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora      |               | 4.984.620                                | 5.261.565                                |
| Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras         | (17)          | 5.323                                    | 62.481                                   |
| Ganancia                                                        |               | 4.989.943                                | 5.324.046                                |
| <b>Ganancia por acción básica y diluida</b>                     | <b>(15 g)</b> | <b>\$ 19,2852</b>                        | <b>\$ 20,3567</b>                        |

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

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

|                                                                     | <b>Nota</b> | <b>01.01.2025<br/>31.03.2025<br/>M\$</b> | <b>01.01.2024<br/>31.03.2024<br/>M\$</b> |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Otros Resultados Integrales</b>                                  |             |                                          |                                          |
| Ganancia (pérdida)                                                  |             | 4.989.943                                | 5.324.046                                |
| Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión         |             | <u>(172.059)</u>                         | <u>7.756.845</u>                         |
| <b>Otro resultado integral Total</b>                                |             | <u>(172.059)</u>                         | <u>7.756.845</u>                         |
| <b>Resultado Integral Total</b>                                     |             | <u>4.817.884</u>                         | <u>13.080.891</u>                        |
| <b>Resultados Atribuibles a</b>                                     |             |                                          |                                          |
| Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora |             | 4.812.561                                | 13.018.410                               |
| Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras    | <b>(17)</b> | <u>5.323</u>                             | <u>62.481</u>                            |
| <b>Resultado Integral Total</b>                                     |             | <u>4.817.884</u>                         | <u>13.080.891</u>                        |

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

**FORUS S.A. Y AFILIADAS**  
Estado de Cambios en el Patrimonio Neto  
31 de marzo de 2025 (no auditados) y 31 de diciembre de 2024

|                                                            | Capital<br>emitido<br>M\$ | Primas de<br>emisión<br>M\$ | Reservas por<br>diferencias de<br>cambio por<br>conversión<br>M\$ | Otras<br>reservas<br>varias<br>M\$ | Total Otras<br>reservas<br>M\$ | Ganancia<br>(pérdida)<br>acumulada<br>M\$ | Patrimonio<br>atribuible a los<br>propietarios de la<br>controladora<br>M\$ | Participaciones<br>no<br>controladoras<br>M\$ | Patrimonio<br>Total<br>M\$ |
|------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------|
| Saldo inicial período actual 01.01.2025                    | 24.242.787                | 17.386.164                  | 5.098.974                                                         | 537.439                            | 5.636.413                      | 189.258.956                               | 236.524.320                                                                 | 613.833                                       | 237.138.153                |
| Cambios en patrimonio                                      |                           |                             |                                                                   |                                    |                                |                                           |                                                                             |                                               |                            |
| Resultado Integral                                         |                           |                             |                                                                   |                                    |                                |                                           |                                                                             |                                               |                            |
| Ganancia (pérdida)                                         | -                         | -                           | -                                                                 | -                                  | -                              | 4.984.620                                 | 4.984.620                                                                   | 5.323                                         | 4.989.943                  |
| Otro resultado integral                                    | -                         | -                           | (172.059)                                                         | -                                  | (172.059)                      | -                                         | (172.059)                                                                   | -                                             | (172.059)                  |
| Resultado Integral                                         | -                         | -                           | (172.059)                                                         | -                                  | (172.059)                      | 4.984.620                                 | 4.812.561                                                                   | 5.323                                         | 4.817.884                  |
| Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios | -                         | -                           | -                                                                 | -                                  | -                              | 5.323                                     | 5.323                                                                       | (16)                                          | 5.307                      |
| Total de cambios en patrimonio                             | -                         | -                           | (172.059)                                                         | -                                  | (172.059)                      | 4.989.943                                 | 4.817.884                                                                   | 5.307                                         | 4.823.191                  |
| Saldo final período actual 31.03.2025                      | 24.242.787                | 17.386.164                  | 4.926.915                                                         | 537.439                            | 5.464.354                      | 194.248.899                               | 241.342.204                                                                 | 619.140                                       | 241.961.344                |
| 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)                                         | -                         | -                           | -                                                                 | -                                  | -                              | 5.261.565                                 | 5.261.565                                                                   | 62.481                                        | 5.324.046                  |
| Otro resultado integral                                    | -                         | -                           | 7.756.845                                                         | -                                  | 7.756.845                      | -                                         | 7.756.845                                                                   | -                                             | 7.756.845                  |
| Resultado Integral                                         | -                         | -                           | 7.756.845                                                         | -                                  | 7.756.845                      | 5.261.565                                 | 13.018.410                                                                  | 62.481                                        | 13.080.891                 |
| Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios | -                         | -                           | -                                                                 | -                                  | -                              | 62.481                                    | 62.481                                                                      | 123                                           | 62.604                     |
| Total de cambios en patrimonio                             | -                         | -                           | 7.756.845                                                         | -                                  | 7.756.845                      | 5.324.046                                 | 13.080.891                                                                  | 62.604                                        | 13.143.495                 |
| Saldo final período actual 31.03.2024                      | 24.242.787                | 17.386.164                  | 10.790.505                                                        | 537.439                            | 11.327.944                     | 176.421.702                               | 229.378.597                                                                 | 500.894                                       | 229.879.491                |

(ver nota 15)

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

**FORUS S.A. Y AFILIADAS**

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

|                                                                                                      | Nota | 01.01.2025<br>31.03.2025<br>M\$ | 01.01.2024<br>31.03.2024<br>M\$ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación</b>                       |      |                                 |                                 |
| <b>Clases de cobros por actividades de operación</b>                                                 |      |                                 |                                 |
| Cobro procedente de las ventas de bienes y prestación de servicios                                   |      | 104.134.289                     | 92.886.675                      |
| Otros cobros por actividades de operación                                                            |      | 20.108                          | 19.221                          |
| <b>Clases de pagos</b>                                                                               |      |                                 |                                 |
| Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios                                          |      | (96.525.818)                    | (86.742.437)                    |
| Pagos a y por cuenta de los empleados                                                                |      | (15.809.900)                    | (15.918.060)                    |
| Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas |      | (222)                           | (6.823)                         |
| Otros pagos por actividades de operación                                                             |      | (14.903)                        | (123.298)                       |
| <b>Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación</b>                              |      | <u>(8.196.446)</u>              | <u>(9.884.722)</u>              |
| Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación         |      | 6.444.479                       | (2.179.353)                     |
| Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)                 |      | <u>(2.593.422)</u>              | <u>(2.140.401)</u>              |
| <b>Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación</b>                       |      | <u>(4.345.389)</u>              | <u>(14.204.476)</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 intermedios.

**FORUS S.A. Y AFILIADAS**

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

|                                                                                     | <b>Nota</b> | <b>01.01.2025<br/>31.03.2025<br/>M\$</b> | <b>01.01.2024<br/>31.03.2024<br/>M\$</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión</b>      |             |                                          |                                          |
| Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión | (10)        | (2.768.772)                              | (1.856.851)                              |
| Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión          | (8)         | (436.417)                                | (162.540)                                |
| Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión  |             | (307.706)                                | (292.687)                                |
| Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión                     |             | 428                                      | -                                        |
| Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión    |             | 8.315.238                                | 6.037.115                                |
| <b>Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión</b>      |             | <b>4.802.771</b>                         | <b>3.725.037</b>                         |

(\*) 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 intermedios.

**FORUS S.A. Y AFILIADAS**

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

|                                                                                                                          | Nota | 01.01.2025<br>31.03.2025<br>M\$ | 01.01.2024<br>31.03.2024<br>M\$ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación</b>                                        |      |                                 |                                 |
| Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación                                         |      | 13.522.809                      | 12.954.464                      |
| Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación                                                   |      | (10.154.189)                    | (8.142.671)                     |
| Pagos de pasivos por arrendamiento                                                                                       |      | (7.852.408)                     | (6.730.104)                     |
| Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación                                                         |      | (102.449)                       | (646.163)                       |
| <b>Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación</b>                                        |      | <u>(4.586.237)</u>              | <u>(2.564.474)</u>              |
| Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio |      | (4.128.855)                     | (13.043.913)                    |
| <b>Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo</b>                         |      |                                 |                                 |
| Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo                                |      | 92.455                          | 668.134                         |
| <b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>                                                   |      | <u>(4.036.400)</u>              | <u>(12.375.779)</u>             |
| Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)                                                                      |      | 22.858.031                      | 26.726.187                      |
| Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)                                                                        | (5)  | <u>18.821.631</u>               | <u>14.350.408</u>               |

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



**FORUS** es una empresa chilena, líder en *retail phygital*, enfocada en la experiencia del consumidor, conectando a las personas con las marcas que nos mueven. La empresa, que diseña, comercializa y distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y cuenta con 414 tiendas y 50 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia y Uruguay. FORUS opera un portafolio de 28 marcas incluyendo CAT, RKF, Columbia, Under Armour, Parfois, Merrell, BSoul, VANS, Hush Puppies, Crocs, L'OCCITANE en Provence, Azaleia y Norsegr, entre otras.

**Dirección:**

Av. Las Condes N° 11.281, Torre C.  
Las Condes  
Santiago, Chile

**Contacto:**

Isabel Darrigrandi  
Gerente de Relación con Inversionistas  
Email: [ir@forus.cl](mailto:ir@forus.cl)

**Website:**

[www.forus.cl](http://www.forus.cl)