



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	3
II. Resumen de Resultados Consolidados.....	4
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	5
IV. Resultados Integrales.....	9
V. Análisis de Resultados Consolidados.....	11
VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....	17
VII. Resumen Países.....	22
VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados	33
- Estado Integral de Resultados Consolidados	35
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados	36
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados	38

Notas:

- Las cifras en dólares (fin del periodo) están calculadas en base al tipo de cambio observado el 1 de octubre del 2025: \$962,39/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 agosto celebramos con gran alegría el aniversario de FORUS, que nació hace 45 años en Chile, cuando don Alfonso Swett Saavedra trajo la prestigiosa marca Hush Puppies al país, con el firme compromiso de entregar calidad, confort y diseño a nuestros clientes. Hoy, FORUS sigue fiel a esa promesa de entregar las mejores marcas, productos y experiencias a nuestros consumidores. Por eso, seguimos invirtiendo en las personas, marcas, tecnología e infraestructura que nos permitirán cumplir nuestro compromiso de excelencia e innovación, y seguir creciendo, de forma rentable y sostenible, por otros 45 años.

En línea con esto, FORUS sigue trayendo marcas líderes e innovadoras a nuestros mercados. En Chile inauguramos nuestras primeras tiendas PARFOIS, marca de accesorios y moda, conocida internacionalmente por sus atractivos y codiciados diseños para la mujer. Esto se suma al lanzamiento de PARFOIS en Perú el trimestre pasado. En Colombia celebramos la apertura de nuestras primeras tiendas VANS, icónica marca de *action sports* y cultura juvenil que operamos en Chile desde 2019; y en enero 2026, comenzaremos a comercializar VANS en Perú. También este trimestre, trajimos a Chile una nueva marca “nativa digital”: Blue Banana, marca española de vestuario y accesorio para una nueva generación de aventureros. La introducción de nuevas marcas se suma a otras importantes inversiones que estamos realizando: la nueva estructuración de nuestro equipo comercial, la construcción de un segundo CD en Chile, la migración a un nuevo ERP corporativo y la entrada de nuestra marca BSoul en España, entre otros.

En 3T25 FORUS reportó una ganancia de MM \$2.603, un alza de 23,7%, explicado por i) el crecimiento de 14,4% en el resultado operacional, producto del aumento de 7,4% en los ingresos consolidados y la expansión de 102 puntos base en el margen bruto, y ii) la mejora de 219,4% en el resultado no operacional. Nuestro EBITDA consolidado alcanzó MM \$11.062, un alza de 20,2%, con un margen EBITDA de 12,9%, una expansión de 137 puntos base. El GAV creció 9,1%, explicado por mayores gastos en: i) remuneraciones (aumento del salario mínimo y cotización previsional en Chile, gastos asociados a la incorporación de nuevas marcas y fortalecimiento de los equipos); ii) arriendos y derechos de uso (inflación, renovaciones de contrato, 11 tiendas más en filiales y tiendas de nuevas marcas en Chile); y iii) gastos de depreciación y amortización.

En 3T25, Chile (66,6% del ingreso consolidado) tuvo ventas por MM \$57.233, un crecimiento de 4,0%, con un EBITDA de MM \$5.941, un alza de 23,8%, impulsado en parte por la expansión de 123 puntos base en el margen bruto. Los segmentos Directo al Consumidor (DTC) y *wholesale* registraron aumentos de 4,8% y 1,8%, respectivamente. Dentro del DTC, las tiendas anotaron un SSS de 7,0% y la superficie de ventas aumentó 1,0%, con respecto al año pasado. El canal digital, a su vez, decreció 13,6% (-1,0% excluyendo el efecto Cyberday); este año el Cyberday se realizó en octubre, mientras que el año pasado partió el 30 de septiembre.

Nuestras filiales internacionales, en su conjunto, registraron ventas por MM \$28.710, un alza de 15,0%, y un EBITDA de MM \$5.121, un aumento de 16,3%, con un margen EBITDA de 17,8%, una expansión de 19 puntos base. Los ingresos de los segmentos DTC y *wholesale* de las filiales anotaron alzas de 16,1% y 10,1%, respectivamente. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas de nuestras filiales creció 16,4%, mientras que el canal digital (24% del DTC) registró un aumento de 15,3%.

II. Resumen de Resultados Consolidados

Tercer trimestre 2025

- Los ingresos consolidados del 3T25 alcanzaron MM \$85.943, un crecimiento de 7,4% con respecto al mismo periodo del año pasado.
- La ganancia bruta de MM \$45.911 en 3T25 creció 9,5%, con un margen bruto de 53,4%, una expansión de 102 puntos base.
- El resultado operacional de MM \$3.700 en 3T25 creció 14,4%, con un margen operacional de 4,3%, una expansión de 26 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$11.062 en 3T25 creció 20,2%, con un margen de 12,9%, una expansión de 137 puntos base con respecto al 3T24.
- La ganancia de MM \$2.603 en 3T25 aumentó 23,7%, con un margen neto de 3,0%, una expansión de 40 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales decrecieron 3,8% en 3T25 y representaron 21% de la venta DTC (16% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales internacionales crecieron 15,0% y representaron 33,4% del Ingreso Consolidado en 3T25. El EBITDA de las filiales internacionales aumentó 16,3% y representó 46,3% del EBITDA consolidado de FORUS.

9M 2025

- Los ingresos consolidados del periodo 9M25 alcanzaron MM \$292.101, un crecimiento de 6,6% con respecto al mismo periodo del año pasado.
- La ganancia bruta de MM \$155.933 en el periodo 9M25 creció 6,5%, con un margen bruto de 53,4%, una leve variación de -7 puntos base con respecto al 9M24.
- El resultado operacional de MM \$26.302 en 9M25 decreció 1,8%, con un margen operacional de 9,0%, una contracción de 78 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA de MM \$48.152 en 9M25 creció 5,9%, con un margen de 16,5%, una leve contracción de 11 puntos base con respecto al 9M24.
- La ganancia de MM \$17.824 en 9M25 decreció 6,7%, con un margen neto de 6,1%, un deterioro de 87 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Los ingresos digitales decrecieron 3,2% en 9M25 y representaron 24% de la venta DTC (19% de los ingresos consolidados).
- Los ingresos de las filiales internacionales crecieron 9,1% y representaron 28,8% del Ingreso Consolidado en 9M25. El EBITDA de las filiales internacionales aumentó 12,8% y representó 32,2% del EBITDA consolidado de FORUS.

III. Hechos Relevantes del Periodo

¡Celebramos los 45 años de FORUS!

El 29 de agosto de 1980 se publicó en el Diario Oficial de Chile el lanzamiento oficial de nuestra empresa, por lo que este mes celebramos con mucha alegría y emoción los 45 años de FORUS. Dentro del marco de nuestro aniversario, realizamos eventos en las oficinas y CD de la compañía, con transmisión a los países, donde reunimos a colaboradores de las distintas áreas de la empresa. Entre las actividades realizadas, se hizo un especial reconocimiento a los colaboradores con mayor antigüedad, quienes compartieron divertidas anécdotas y emotivos testimonios sobre su trayectoria en FORUS.

Nueva Estructura de Gerencia Comercial

Para maximizar el valor de nuestras marcas y seguir elevando la experiencia de nuestros consumidores, en octubre implementamos una nueva estructura de la Gerencia Comercial. Dentro de estos cambios, se destaca la creación del nuevo rol de Gerente de Wholesale y Marketplace, que estará enfocado en potenciar la gestión de nuestro portafolio de marcas en esos dos canales, con foco en fortalecer nuestra relación estratégica de largo plazo con nuestros principales clientes mayoristas y socios *marketplace*. Felicitamos a los ejecutivos que asumen nuevas responsabilidades en la Gerencia Comercial.

FORUS expande su alianza estratégica con VANS para incluir a Colombia y Perú

Como parte de nuestro plan estratégico de ampliar nuestra presencia en Colombia y Perú, firmamos un nuevo acuerdo con VF Corporation que expande nuestra alianza estratégica con VANS, la reconocida marca juvenil de calzado, vestuario y accesorios que celebra el mundo de los *action sports*, la música, el arte y la cultura urbana. A través de este nuevo acuerdo, FORUS comienza a operar de forma exclusiva la icónica marca en los mercados de Colombia y Perú. Este acuerdo representa una evolución natural en la relación entre ambas compañías, sumándose a la exitosa gestión que FORUS ya realiza con VANS en Chile desde 2019. En Colombia, en agosto inauguraremos 6 tiendas VANS y lanzamos el canal digital Vans.com.co. En Perú, en tanto, comenzaremos a operar la marca a partir de enero del 2026, con nuestro probado modelo *phygital* centrado en la experiencia del consumidor.

PARFOIS aterriza en Chile de la mano de FORUS

Con una gran afluencia de público e *influencers* locales, en agosto inauguramos nuestra primera tienda PARFOIS en Chile en el centro comercial Marina Arauco, en Viña del Mar. Luego, en noviembre, realizamos un gran evento de lanzamiento, difundido en medios y redes sociales, para celebrar el aterrizaje de PARFOIS en Santiago, con la inauguración de nuestra tienda en el mall Casa Costanera, en la zona oriente de la capital. Pronto estaremos lanzando, también, nuestra tienda digital, Parfois.cl, con lo cual expandiremos el alcance de la marca al resto del país, con planes de abrir más tiendas físicas en

el futuro. 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 74 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.

FORUS trae Blue Banana a Chile

Blue Banana, la marca española de vestuario y accesorio para una nueva generación de aventureros, llegó a Chile de la mano de FORUS, a través de un acuerdo de distribución exclusiva. Fundada en 2016 por Juan y Nacho, dos jóvenes amigos españoles, Blue Banana es una marca "nativa digital", que nació con la venta *online* y la creación de comunidad a través de las redes sociales, para luego expandirse al canal físico, con su cadena de tiendas monomarca y presencia en *corners* en las tiendas multimarca de sus clientes *wholesale*. Comprometida con la sostenibilidad, Blue Banana es una empresa B Certificada desde 2025 y es la primera marca española en ser *carbon negative* al mitigar sus emisiones de carbono colaborando en proyectos medioambientales de la ONU. A través de la nueva alianza con FORUS, Blue Banana estará disponible en la cadena 7Veinte (tiendas y canal digital), además del canal *wholesale*.

Dividendo provisorio de \$15,50 por acción

El Directorio de FORUS acordó pagar un dividendo provisorio, con cargo a las utilidades del ejercicio 2025, por la suma de CLP 4.006.269.500, lo que equivale a CLP 15,50 por acción, en dinero efectivo. El dividendo se pagó a partir del 21 de noviembre de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del quinto día hábil anterior a la fecha de pago.

Nuevos avances en el proyecto *Paperless*

Nuestro proyecto *Paperless* busca digitalizar y automatizar procesos operativos en toda la compañía, para así generar mayor eficiencia, productividad, agilidad y trazabilidad; reducir errores humanos y mitigar nuestro impacto medioambiental. Este año, hemos avanzado en la tercera fase del proyecto, enfocado en nuestras tiendas, con la automatización y digitalización de: procesos de gestión de *back-office*; documentos de despachos a operadores logísticos que operan nuestro *e-commerce* desde tiendas; y procesos de movimiento interno de mercadería desde tiendas (este último en etapa *roll-out*). Todo lo anterior, ha sido facilitado por la implementación de la firma digital en nuestro portal *Paperless*, que integra en un solo lugar procesos que anteriormente estaban en múltiples plataformas. Esta iniciativa nos ayuda, además, a facilitar el trabajo administrativo de nuestros jefes de tienda, liberándolos para que puedan estar más tiempo en la sala de ventas, atendiendo clientes y apoyando a su equipo.

Voluntariado Liceo Bicentenario Técnico Las Nieves

Como parte de nuestro programa *For The Community*, este trimestre realizamos una actividad de voluntariado en el Liceo Bicentenario Técnico Las Nieves, que entrega a sus estudiantes una enseñanza media técnico profesional de primer nivel. Con el apoyo de nuestras marcas CAT, Merrell y Crocs, los colaboradores de FORUS transformaron un rincón del liceo, pintando muros y plantando árboles.

Carrera Canina de Hush Puppies en Colombia

En julio, en una jornada llena de alegría, deporte y convivencia familiar, Hush Puppies realizó la Segunda Carrera Canina en Bogotá, con más de 1.000 asistentes, incluyendo 554 personas que corrieron con sus perros.

Hike Society de Columbia visita el Parque Las Hualtatas

En julio el grupo *Hike Society* de Columbia organizó un paseo familiar de 5K en el Parque Las Hualtatas, ubicado en la zona precordillerana de la Región Metropolitana de Chile, donde se aprendió sobre la hermosa flora y fauna de la zona.

Evento Merrell Music Experience 2025

En agosto, con una gran afluencia de público, realizamos en Santiago el *Merrell Music Experience 2025*, una celebración invernal para influencers y fanáticos de la marca, con música, premios y la buena vibra del *outdoor*.

Burton Day One en centro de esquí El Colorado

En agosto, la marca Burton realizó una nueva edición del *Burton Day One* en el centro de esquí El Colorado, ubicado en la Región Metropolitana, en Chile. Este evento, que rinde homenaje al legado de Jake Burton Carpenter, fundador de Burton y pionero del snowboard, reunió a destacados *riders* internacionales como Ben Ferguson y Brock Crouch, junto a la comunidad local del snowboard. La jornada incluyó demostraciones deportivas y un *after-ride* con música en vivo, celebrando la temporada de nieve en Chile.

Trail Social Run de Merrell en Cachagua

En agosto, Merrell realizó una nueva edición del *Trail Social Run* en el Parque RKF Aguas Claras, ubicado en Cachagua, un exclusivo balneario en Chile. La actividad, guiada por el deportista Juan Pablo Llanos, ofreció una experiencia *outdoor* para los amantes del *trail running* y la naturaleza, recorriendo los senderos y miradores del parque. El evento contó con carreras de 12K y 6,5K, adaptadas a distintos

niveles de experiencia, y se desarrolló en un ambiente familiar, promoviendo la conexión con el entorno y la vida al aire libre.

Azaleia te invita a la pasarela con diseñadores locales

En agosto, Azaleia realizó una nueva edición de *VisteLaCalle Catwalk*, evento que busca visibilizar diseñadores emergentes chilenos. El evento, que se realizó en el Hotel Sheraton Santiago, contó con alrededor de 700 invitados, incluyendo editores de moda, fotógrafos, estilistas, *influencers* y prensa. Los talentosos diseñadores nacionales complementaron sus *looks* con la nueva colección de calzado y accesorios de Azaleia.

Evento deportivo BSoul en Santiago

En septiembre, BSoul organizó el BSoul 5K Run, una mañana de deporte y convivencia, con la participación de 50 seguidoras e *influencers* de la marca, donde se estrenó nuestras nuevas zapatillas de running. Nuestra embajadora de BSoul, Javiera Bennett, lideró el *run*, realizado en el parque Bicentenario, ubicado en el sector oriente de Santiago, y el evento terminó con un *brunch* en el mall Casa Costanera, con premios especiales BSoul.

Después del Cierre del Periodo

FORUS inaugura tienda “pop up” de BSoul en Madrid

En un concurrido evento donde participaron *influencers* y *fans* de la marca, BSoul, nuestra marca de *athleisure wear* femenina que incentiva el deporte y el *wellness*, inauguró su primera tienda “pop up” en España, en el centro comercial Plaza Norte 2 (llamada “La Cúpula de Madrid”). Ubicada en la zona norte de Madrid, en San Sebastián de los Reyes, la nueva tienda BSoul se encuentra en un vibrante sector residencial y comercial de la capital. BSoul está disponible en todo España a través de nuestra tienda online, BSoul.es. Para formar parte de la comunidad BSoul en España y recibir más información sobre nuevas colecciones y futuros eventos, síganos en Instagram en BSoul.es.

IV. Resultados Integrales

Tercer trimestre:

FORUS S.A. Y FILIALES RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS

	3T25 M\$	% Ing.	3T24 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	85.942.649		79.988.990		7,4%
Costos de ventas	(40.031.998)	-46,6%	(38.071.629)	-47,6%	5,1%
Ganancia Bruta	45.910.651	53,4%	41.917.361	52,4%	9,5%
Gastos de distribución	(1.091.041)	-1,3%	(1.042.863)	-1,3%	4,6%
Gastos de administración	(41.120.088)	-47,8%	(37.640.128)	-47,1%	9,2%
Gastos de administración y ventas	(42.211.129)	-49,1%	(38.682.991)	-48,4%	9,1%
Resultado Operacional	3.699.522	4,3%	3.234.370	4,0%	14,4%
Otros Ingresos, por función	326.505		531.916		-38,6%
Otros Gastos, por función	(39.598)		(99.238)		-60,1%
Ingresos financieros	742.429		1.013.229		-26,7%
Gastos financieros	(1.439.050)		(1.044.233)		37,8%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	455.047		(910.039)		-150,0%
Resultados por unidades de reajuste	31.997		95.816		-66,6%
Otras ganancias y pérdidas	104.272		260.512		-60,0%
Resultado No Operacional	181.602	0,2%	(152.037)	-0,2%	-219,4%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	3.881.124	4,5%	3.082.333	3,9%	25,9%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(1.278.315)		(977.859)		-30,7%
Ganancia (pérdida)	2.602.809	3,0%	2.104.474	2,6%	23,7%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	2.584.190		2.201.265		17,4%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	18.619		(96.791)		119,2%
Ganancia (pérdida)	2.602.809	3,0%	2.104.474	2,6%	23,7%
EBITDA	11.061.893	12,9%	9.203.073	11,5%	20,2%

9M Acumulado:

FORUS S.A. Y FILIALES RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS

	9M25 M\$	% Ing.	9M24 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	292.100.539		273.904.992		6,6%
Costos de ventas	(136.167.547)	-46,6%	(127.494.573)	-46,5%	6,8%
Ganancia Bruta	155.932.992	53,4%	146.410.419	53,5%	6,5%
Gastos de distribución	(3.534.766)	-1,2%	(3.162.188)	-1,2%	11,8%
Gastos de administración	(126.096.656)	-43,2%	(116.453.370)	-42,5%	8,3%
Gastos de administración y ventas	(129.631.422)	-44,4%	(119.615.558)	-43,7%	8,4%
Resultado Operacional	26.301.570	9,0%	26.794.861	9,8%	-1,8%
Otros Ingresos, por función	752.523		853.499		-11,8%
Otros Gastos, por función	(205.562)		(483.220)		-57,5%
Ingresos financieros	2.283.403		2.638.018		-13,4%
Gastos financieros	(4.181.891)		(3.090.072)		35,3%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	(843.140)		(995.934)		-15,3%
Resultados por unidades de reajuste	458.437		687.037		-33,3%
Otras ganancias y pérdidas	303.183		126.263		140,1%
Resultado No Operacional	(1.433.047)	-0,5%	(264.409)	-0,1%	442,0%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	24.868.523	8,5%	26.530.452	9,7%	-6,3%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(7.044.912)		(7.420.481)		-5,1%
Ganancia (pérdida)	17.823.611	6,1%	19.109.971	7,0%	-6,7%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	17.751.779		19.093.903		-7,0%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	71.832		16.068		347,1%
Ganancia (pérdida)	17.823.611	6,1%	19.109.971	7,0%	-6,7%
EBITDA	48.152.042	16,5%	45.453.713	16,6%	5,9%

V. Análisis de Resultados Consolidados

Ingreso y Resultado Operacional

- **FORUS registró ingresos consolidados por MM \$85.943 en 3T25, un crecimiento de 7,4% con respecto al mismo periodo del año pasado.**

En Chile registramos ingresos por MM \$57.233 en 3T25, un aumento de 4,0% con respecto al mismo periodo del año pasado. Este trimestre, en Chile, seguimos enfrentando un contexto desafiante. El invierno se tardó en llegar, y fue mucho más templado y seco que el año pasado, lo que debilitó la demanda por vestuario y calzado de la temporada. Además, el aporte de los turistas argentinos a nuestra venta en tiendas se diluyó por un segundo trimestre consecutivo, volviendo a tasas históricas y decreciendo con respecto al mismo periodo del año pasado. Además, en Chile, el consumidor siguió afectado por la debilidad del mercado laboral, marcado por las elevadas tasas de desocupación (8,5% en 3T25) y de ocupación informal (26,2%). El poder adquisitivo de los chilenos, también, siguió presionado por la inflación (4,4% a doce meses en septiembre) y las altas tasas de interés. En ese contexto, aunque la confianza del consumidor a septiembre (44,0) estuvo algo mejor que el mismo periodo del año pasado (41,0), siguió en terreno pesimista (50 es neutro). Todo lo anterior pareciera haber afectado la venta de calzado en la zona central de Chile. Según la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), las ventas presenciales de calzado en la Región Metropolitana marcaron una variación real anual de -11,9%, 2,7% y -6,5% en los meses de julio, agosto y septiembre, respectivamente; la categoría de vestuario, en cambio, fue más resiliente, y anotó un crecimiento real anual de 4,1%, 13,0% y 9,1%, respectivamente. En FORUS la categoría de calzado representa aproximadamente el doble que la categoría de vestuario en nuestras ventas en Chile.

Nuestro segmento Directo al Consumidor (DTC) en Chile creció 4,8%, mientras que el *wholesale* aumentó un 1,8% en 3T25. Dentro del segmento DTC (75% del ingreso de Chile), nuestras tiendas (81% de la venta DTC) anotaron un SSS de 7,0% y una venta por metro cuadrado que aumentó 9,1% este trimestre. A fines de septiembre 2025, la superficie de venta aumentó 1,0% comparado con el mismo periodo del año pasado (6 locales más, neto, en 12 meses). Durante 3T25, abrimos una tienda PARFOIS y una tienda Merrell, y cerramos tres locales (Hush Puppies Kids, CAT y Billabong). El canal digital (19% de la venta DTC) registró un decrecimiento de 13,6% este trimestre, explicado en gran parte por: i) la fecha del evento Cyberday, dado que 3T24 incluyó 1 día del evento (en septiembre) mientras que este año los tres días del Cyberday cayeron en octubre; excluyendo este efecto, nuestro canal Digital hubiera decrecido 1,0% en 3T25, y ii) el cierre, en febrero, de Dafiti (Dafiti representó 6% de nuestra venta digital en 2024).

Nuestras filiales internacionales, en su conjunto, anotaron ingresos por MM \$28.710 en 3T25, un crecimiento de 15,0%, impulsado por el crecimiento de los tres países (Uruguay, Perú y Colombia). La

participación de nuestras filiales internacionales en los ingresos consolidados de FORUS fue 33,4% este trimestre (comparado con 31,2% en 3T24). La venta digital de las filiales internacionales creció 15,3% en 3T25 y representó un 24% de la venta DTC (19% 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 14,0% en 3T25 (4,7% en moneda local), explicado, principalmente, por el alza en el canal digital y por la apreciación del PEN contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. En 3T25, el segmento DTC (87% de los ingresos) registró un alza de 15,0% (5,3% en moneda local) y el segmento *wholesale* (13% de los ingresos), un alza de 8,1% (1,4% en moneda local). Dentro del segmento DTC, los ingresos del canal digital (21% de la venta DTC) nuevamente registraron un robusto crecimiento de 30,6% (20,1% en moneda local), impulsado principalmente por un mayor foco estratégico en el canal (equipo y recursos) y un buen desempeño en el evento cyber de julio; nuestras tiendas (79% del DTC) registraron un alza de 11,6% (2,0% en moneda local), con un SSS de -0,2% y una tienda temporalmente cerrada en el mall Real Plaza Trujillo (el mall está clausurado desde febrero). La venta por m2 en Perú presentó una variación de 9,2% (-0,1% en moneda local) en 3T25. Durante el 3T25, abrimos una nueva tienda Columbia en el centro comercial Mallplaza Angamos, ubicado en Lima. En el periodo de los últimos doce meses, abrimos 2 tiendas, netas (4 aperturas + 2 cierres); esto último equivale a un aumento de 2,3% en la superficie de venta. La desaceleración de nuestra venta presencial este trimestre se debió a la alta base de comparación, dado que en el SSS del 3T24 fue 17,7%, explicado por: i) los retiros de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) que se iniciaron en mayo 2024 y que estimularon el consumo en 2T24 y 3T24; y ii) el clima, dado que el invierno en 2024 fue particularmente frío y lluvioso (al igual que Chile), lo que impulsó la demanda de calzado y vestuario de invierno.
- En **Uruguay** los ingresos aumentaron 18,4% en 3T25 (13,6% en moneda local), explicado por el robusto crecimiento en ambos segmentos, DTC (84% de los ingresos) y *wholesale* (16% de los ingresos), y también por la apreciación del UYU contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. El segmento DTC creció 17,3% (12,7% en moneda local) este trimestre, mientras que el segmento *wholesale* aumentó 25,0% (18,4% en moneda local). Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas (81% del DTC) creció 16,8% (12,3% en moneda local), impulsado por un SSS de 4,3% y un alza de 7,9% en los metros cuadrados de sala de venta. En el periodo de los últimos doce meses, tuvimos 1 apertura neta: realizamos 2 aperturas (incluyendo la *flagship* de MANGO en Montevideo de 367 m2) y 1 cierre. Durante el 3T25, no abrimos ni cerramos tiendas. La venta por m2 tuvo una variación de 9,1% (4,8% en moneda local) este trimestre. El canal digital registró un crecimiento de 19,4% (14,8% en moneda local), y representó un 19% de la venta DTC (16% del total), impulsado por el buen

desempeño de nuestros sitios web propios y del canal *marketplace*. El segmento *wholesale*, a su vez, aportó con un sólido crecimiento de 25,0% (18,4% en moneda local).

- En **Colombia**, la venta registró un crecimiento de 12,7% en 3T25 (7,0% en moneda local), impulsado por el segmento DTC (77% de los ingresos) que aumentó 16,2% (10,6% en moneda local) y por la apreciación del COP contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados; el segmento *wholesale* (23% de los ingresos), a su vez, registró un aumento de 2,7% (-3,3% en moneda local). En agosto FORUS comenzó a operar la marca VANS en Colombia, lo que ayudó a impulsar el canal DTC. Dentro del segmento DTC, la venta en tiendas aumentó 24,0% (17,9% en moneda local), impulsado por un SSS de 8,5% y por la apertura de 7 tiendas (6 tiendas VANS y una nueva tienda flagship de Under Armour) durante el 3T25. En el periodo de los últimos doce meses, abrimos 8 tiendas, neta (8 aperturas y 0 cierres), con lo cual la superficie de ventas aumentó 26,4% en ese periodo. La venta por m2 aumentó 7,7% (2,4% en moneda local) este trimestre, explicado por las fechas de apertura de las nuevas tiendas. El canal digital registró una variación de 2,7% (-2,0% en moneda local), y representó un 33% de la venta DTC (25% del total).
- **La ganancia bruta consolidada de MM \$45.911 aumentó 9,5% en 3T25 y el margen bruto registró 53,4%, una expansión de 102 puntos base con respecto al mismo periodo del año anterior.**

En Chile, la ganancia bruta aumentó 6,5% en 3T25, con un margen bruto de 53,0%, una expansión de 123 puntos base, impulsado por mejoras en el segmento DTC y en el segmento *wholesale*, y en menor grado, por el favorable impacto del *mix* de ventas (la venta DTC creció más que el *wholesale*) y una mayor estabilidad en el CLP/USD. En 3T25, la ganancia bruta del segmento DTC (80% de la ganancia bruta total de Chile) creció 6,3%, con un margen bruto de 56,2%, equivalente a una expansión de 80 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (20% del total de Chile) aumentó 7,3% con un margen bruto de 43,2%, una expansión de 224 puntos base. El dólar promedio de la colección otoño/invierno presentó un alza de 3,4% comparado con el tipo de cambio de la misma colección del año anterior. El dólar promedio de la colección primavera/verano registra, hasta la fecha, un alza de 1,7% comparado con el tipo de cambio de la misma colección del año anterior.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, aumentó 16,0% en 3T25, con un margen bruto de 54,3%, una expansión de 44 puntos base. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** Este trimestre la ganancia bruta aumentó 14,2% y el margen bruto de 57,8% se mantuvo estable (+9 puntos base). La ganancia bruta del segmento DTC (89% de la ganancia bruta total de Perú) creció 14,9%, con un margen bruto de 59,3%, estable con respecto al mismo periodo del año pasado (-7 puntos base). La ganancia bruta del segmento *wholesale* (11% del total), a su vez, registró un alza de 9,1% con un margen bruto de 48,3%, una expansión de 44 puntos base.

- **Uruguay:** En 3T25, la ganancia bruta creció 15,4% y el margen bruto de 54,8% se deterioró en 145 puntos base, explicado principalmente por la presión del tipo de cambio en los costos de nuestros productos de otoño/invierno (por la depreciación del UYU contra el USD) y, en menor grado, por el *mix* de ventas (por el mayor crecimiento del canal *wholesale* con respecto al DTC). La ganancia bruta del segmento DTC (89% de la ganancia bruta total de Uruguay) registró un crecimiento de 14,3%, con un margen bruto de 57,5%, un deterioro de 149 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (11% de la ganancia bruta total de Uruguay) creció 24,2% con un margen bruto de 40,3%, un deterioro de 26 puntos base.
- **Colombia:** Este trimestre la ganancia bruta creció 19,2% y el margen bruto de 49,6% registró una expansión de 270 puntos base, explicado por una fuerte recuperación en el margen bruto del segmento *wholesale*, por la mejora del margen bruto de DTC y por el *mix* de ventas (por el mayor crecimiento del DTC con respecto al canal *wholesale*). La ganancia bruta del segmento DTC (83% de la ganancia bruta total de Colombia) aumentó 19,4%, con un margen bruto de 53,5%, una expansión de 144 puntos base. La ganancia bruta del segmento *wholesale* (17% del total) aumentó 18,3%, con un margen bruto de 36,6%, una expansión de 485 puntos base, explicado por la baja base de comparación, dado los descuentos realizados en 3T24 por la venta especial de inventario de colecciones anteriores.
- **En 3T25, el resultado operacional consolidado de MM \$3.700 creció 14,4%, con un margen operacional de 4,3%, una expansión de 26 puntos base con respecto al mismo periodo del año pasado.**

En Chile este trimestre registramos un Resultado Operacional de MM \$1.384, un crecimiento de 109,4% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 2,4%, una expansión de 122 puntos base. El alza del Resultado Operacional este trimestre se explica principalmente por la expansión del margen bruto (123 puntos base) y por las medidas de eficiencia/productividad que hemos tomado para mitigar los factores externos que han presionado los gastos este año. En 3T25 el GAV creció 4,0% y el GAV/ingresos presentó una leve variación de -2 puntos base. Este trimestre, nuestros gastos fueron impulsados por: i) el impacto del alza del salario mínimo en los sueldos base de nuestra fuerza de venta; ii) el 1% adicional de cotización previsional que entró en vigor en agosto; iii) la presión de la inflación en nuestros gastos (arriendos y remuneraciones); iv) los gastos asociados a la incorporación de nuevas marcas; y v) los mayores gastos asociados a desarrollos tecnológicos enfocados en brindar una mejor experiencia al cliente y mejorar la productividad de nuestras operaciones.

En 3T25 las filiales internacionales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$2.316, un decrecimiento de 10,0%, con un margen operacional de 8,1%, una contracción de 224 puntos base. El decrecimiento del resultado operacional de las filiales fue explicado por Colombia y Perú:

- **Perú:** En 3T25 el resultado operacional de MM \$1.383 decreció 13,2%, con un margen operacional de 13,3%, un deterioro de 416 puntos base, explicado principalmente por el crecimiento del GAV de 26,0% (10,8% en moneda local) y la presión en el GAV/ingresos (424 puntos base). El aumento del GAV se debió, principalmente, a gastos asociados con la incorporación de nuevas marcas, mayores gastos de depreciación y amortización por aperturas/remodelaciones de tiendas e inversiones en TI, mayores gastos en publicidad y eventos, y también por mayores gastos programados de TI/logística (nuevo WMS en el centro de distribución).
- **Uruguay:** Este trimestre Uruguay registró un resultado operacional de MM \$605, un alza de 53,3%, con un margen operacional de 6,4%, lo que representa una expansión de 146 puntos base, explicado principalmente por mayores eficiencias y un mayor apalancamiento operacional, con una mejora de 292 puntos base en el GAV/ingresos. El GAV aumentó 11,7% este trimestre (7,9% en moneda local), explicado principalmente por gastos variables asociados al canal digital.
- **Colombia:** En 3T25 el resultado operacional de MM \$328 decreció 44,1%, con un margen operacional de 3,7%, una contracción de 374 puntos base. El GAV aumentó 31,1% (20,5% en moneda local), explicado, principalmente, por gastos no recurrentes asociados a la incorporación de la marca VANS (gastos legales, por ejemplo), la apertura de nuevas tiendas (gastos de arriendo durante la preparación/construcción de nuevas tiendas) y nuevas contrataciones para robustecer la gestión del creciente portafolio de marcas en Colombia.

Resultado No Operacional Consolidado

- **En 3T25, registramos una ganancia no operacional de MM \$182, una mejora comparada con la pérdida no operacional de MM \$152 registrado en el mismo periodo del año pasado.**

La ganancia no operacional este trimestre fue impulsado por la cuenta *Diferencias de Cambio*, que registró una ganancia de MM \$455, comparado con una pérdida de MM \$910 en 3T24, explicado por el impacto de la variación del tipo de cambio en nuestros activos contabilizados en dólares. Esta mayor ganancia fue contrarrestada, parcialmente, por la pérdida por MM \$697 en *Ingresos/(Gastos) Financieros, Neto*, comparado con una pérdida por MM \$31 en la misma cuenta en 3T24, explicado, principalmente, por mayores pasivos por arrendamientos, debido a nuevos contratos y renovación de contratos.

Utilidad y EBITDA consolidada

- **En 3T25, FORUS reportó una ganancia consolidada de MM \$2.603, un alza de 23,7%, con un margen neto de 3,0%, una expansión de 40 puntos base.**

En 3T25, la ganancia del ejercicio es atribuible, principalmente, al Resultado Operacional y, en menor grado, al Resultado No Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$1.508 (58,0% de la ganancia consolidada), un crecimiento de 115,9%. Las filiales, en su conjunto, contribuyeron una Utilidad Neta de MM \$1.094 en 3T25 (42,0% de la Ganancia consolidada), lo que representó un decrecimiento de 22,1%.

- **En 3T25 el EBITDA consolidado de FORUS registró MM \$11.062, un aumento de 20,2%, con un margen EBITDA de 12,9%, una expansión de 137 puntos base.**

En 3T25 Chile aportó el 53,7% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 46,3%, donde Perú contribuyó 22,0%; Colombia, 12,1%; y Uruguay, 12,3%. El EBITDA de Chile creció 23,8%, mientras que el EBITDA de las filiales aumentó 16,3%, este trimestre.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Sep-25 MM\$	Dic-24 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	216.159	212.843	3.316	1,6%
Activo No Corriente	160.014	146.443	13.571	9,3%
Total Activos	376.172	359.285	16.887	4,7%

El **Activo Corriente** aumentó 1,6% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: La cuenta *Inventarios* registró un alza de MM \$19.767; y *Otros Activos Financieros Corrientes* disminuyó MM \$13.253, principalmente por el pago de la compra de inventarios y por la inversión en nuestro segundo centro de distribución en Chile; y la cuenta *Activos por Impuestos Corrientes*, que disminuyó MM\$ 6.019, por el recupero de excedentes de impuestos que se encontraban activados al 31 de diciembre 2024.

El **Activo No Corriente** aumentó 9,3% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Derechos de Uso* que aumentó MM \$7.511, y *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$4.873, que aumentaron principalmente por el incremento en derechos de uso por las renovaciones de contratos, y nuevos contratos, de arrendamiento y por los avances en la construcción de nuestro segundo CD en Chile.

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

	Sep-25 MM\$	Dic-24 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	56.019	67.310	(11.291)	-16,8%
Pasivo No Corriente	60.682	54.837	5.845	10,7%
Patrimonio	259.471	237.138	22.333	9,4%
Total Patrimonio y Pasivos	376.172	359.285	16.887	4,7%

El **Pasivo Corriente** presentó una disminución de 16,8%, con variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otras Provisiones a Corto Plazo*, que disminuyó MM \$6.965, explicado principalmente por el pago de dividendos provenientes al ejercicio del 2024; *Otros Pasivos por Arrendamientos Corrientes*, que aumentó MM \$2.486, explicado por nuevos contratos y renovaciones de contrato; Otros Pasivos No Financieros Corrientes, que disminuyó MM \$2.218, explicado por el menor IVA por pagar; *Provisiones Corrientes por Beneficios a los Empleados*, que disminuyó MM \$1.657 por el pago de bonos anuales devengados al cierre de 2024; *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que disminuyó MM \$1.626, principalmente por el pago de la compra de inventarios.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 10,7%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos por Arrendamientos, No Corriente*, que aumentó en MM \$6.174, asociado a aperturas de tiendas y renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones de largo plazo.

- Patrimonio**

El saldo del Patrimonio al 30 de septiembre de 2025 y al 31 de diciembre de 2024 se compone de la siguiente manera:

	Sep-25 MM\$	Dic-24 MM\$	Variación MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	27.460	23.023	4.437	19,3%
Utilidades Acumuladas	207.083	189.259	17.824	9,4%
Participaciones no Controladas	686	614	72	11,7%
Total Patrimonio	259.471	237.138	22.333	9,4%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$22.333 debido, principalmente, por el crecimiento en la cuenta *Utilidades Acumuladas*. Las utilidades de la compañía alcanzaron MM \$17.824 al 30 de septiembre 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.	(1.040)
Uruforus S.A.	(1.818)
Forus Colombia S.A.S.	(1.533)
Eurus SL	(46)
Total diferencias de conversión	(4.437)

Razones Financieras

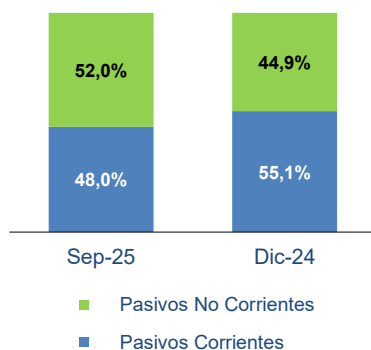
- Índices de Endeudamiento y Liquidez**

	Unidad	Sep-25	Dic-24	Variación
Coefficiente endeudamiento	veces	0,45	0,52	-0,07
Cobertura de Intereses	veces	11,51	13,27	-1,76

	Unidad	Sep-25	Dic-24	Variación
Liquidez corriente	veces	3,86	3,16	0,70
Razón Ácida	veces	1,87	1,80	0,07

La liquidez corriente presenta una mejora de 22,0% con respecto a diciembre, principalmente, por la disminución de 16,8% del Pasivo Corriente. La razón ácida, en cambio, registró una mejora de 3,8%, debido al incremento de 21,5% en inventarios.

	Unidad	Sep-25	Dic-24
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	48,0%	55,1%
Pasivos No Corrientes	%	52,0%	44,9%



• Índices de Rentabilidad (periodo de 9M)

	Unidad	Sep-25	Sep-24	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	4,7%	5,9%	-1,1%
Rentabilidad s/Ventas	%	6,1%	7,0%	-0,9%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	6,9%	8,2%	-1,3%
Utilidad por Acción	\$	68,7	73,9	-5,2

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$68,7 en el periodo 9M25**, lo que equivale a una disminución de \$5,2 comparado con 9M24, lo que representa decrecimiento de 7,0%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Sep-25 MM\$	Sep-24 MM\$	Variación MM\$
Flujos de Operaciones	23.721	42.738	(19.018)
Flujos de Inversión	2.588	(12.383)	14.971
Flujos de Financiamiento	(27.732)	(37.080)	9.348

Las **actividades de operaciones** generaron una variación negativa respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$19.018, debido principalmente a mayores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$14.971, principalmente, por el recupero (neto) de recursos asociados a fondos en inversiones de fácil liquidación que mantiene la compañía.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** muestran una variación de MM \$9.348, 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 siguió moderado en 3T25. En **Chile** el producto interno bruto (PIB) creció 1,6% en 3T25, una deceleración con respecto al 2,2% registrado en 2T25. La tasa de inflación acumulada a 12 meses anotó 4,4% en septiembre, una aceleración con respecto al 4,1% registrado en junio. La tasa de desocupación en 3T25 fue 8,5%, estable con respecto al mismo periodo del año anterior. La tasa de ocupación informal se ubicó en 26,2%, decreciendo 0,8 punto porcentual en doce meses. La confianza de los consumidores chilenos registró 44,0 puntos en septiembre, una leve mejora con respecto a junio (42,7) pero todavía en terreno negativo (50 es neutro). En **Uruguay** se estima un crecimiento del PIB de 2,1% en 3T25 (igual que en 2T25). La tasa de inflación a doce meses fue de 4,3% en septiembre, una desaceleración con respecto al 4,6% registrado en junio. El desempleo, a su vez, fue de 6,9% en 3T25, comparado con 7,7% en 2T25. En **Perú** se estima que el crecimiento del PIB fue de 2,9%, una leve aceleración con respecto al 2,8% registrado en 2T25. La tasa de inflación acumulada a doce meses a septiembre se mantuvo moderada, en 1,4% (1,8% en junio). En **Colombia** el crecimiento del PIB fue 3,6% en 3T25, comparado con el 2,1% registrado en 2T25. La tasa de inflación a doce meses acumulada alcanzó 5,2% en septiembre, comparado con 4,8% en junio. La tasa de desempleo en 3T25 alcanzó 8,5%, comparado con 8,8% en 2T25.

Riesgo cambiario: Las fluctuaciones de los tipos de cambio de cada país contra el USD impactan directamente el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. El CLP/USD ha presentado una alta volatilidad durante los últimos doce meses; al cierre del 30 de septiembre de 2025, registró una depreciación de 7,2% con respecto a la misma fecha del año pasado, pero con grandes fluctuaciones durante los últimos doce meses (máximo de 1.013 y mínimo de 898). Con respecto a las otras monedas locales: al cierre de septiembre, el PEN de Perú se apreció 6,3% contra el USD; el UYU de Uruguay se apreció 4,3%; y el COP de Colombia, 6,3% (precio cierre). La apreciación del PEN, COP y UYU contra el CLP (FX promedio trimestral) aumentó la contribución de Perú, Colombia y Uruguay 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 2026, y con un mínimo nivel de endeudamiento.

VII. Resumen Países

Ingresos (Millones Ch\$)

	3T25	3T24	Var %	Moneda Local	9M25	9M24	Var %	Moneda Local
Chile	57.233	55.028	4,0%	4,0%	207.876	196.740	5,7%	5,7%
Colombia	8.882	7.881	12,7%	7,0%	24.854	23.246	6,9%	8,5%
Perú	10.430	9.146	14,0%	4,7%	29.198	26.388	10,6%	4,5%
Uruguay	9.398	7.934	18,4%	13,6%	30.173	27.531	9,6%	13,6%
Total Filiales	28.710	24.961	15,0%		84.225	77.165	9,1%	
Total Forus	85.943	79.989	7,4%		292.101	273.905	6,6%	

Ingresos (% total)

	3T25	3T24	9M25	9M24
Chile	66,6%	68,8%	71,2%	71,8%
Colombia	10,3%	9,9%	8,5%	8,5%
Perú	12,1%	11,4%	10,0%	9,6%
Uruguay	10,9%	9,9%	10,3%	10,1%
Total Filiales	33,4%	31,2%	28,8%	28,2%

Same Store Sales (en moneda local)

	2025				2025	2024
	1T	2T	3T	4T	9M	9M
Chile	14,7%	-1,4%	7,0%		5,9%	11,1%
Colombia	10,8%	11,6%	8,5%		10,3%	4,1%
Perú	5,2%	0,8%	-0,2%		1,7%	13,3%
Uruguay	4,3%	2,2%	4,3%		3,4%	7,2%

Digital (% de la Venta)

	2025				2025
	1T	2T	3T	4T	9M
Chile	13%	25%	14%		18%
Colombia	26%	30%	25%		27%
Perú	10%	12%	18%		14%
Uruguay	15%	28%	16%		21%
Forus	14%	25%	16%		19%

Digital (% del DTC)

	2025				2025
	1T	2T	3T	4T	9M
Chile	18%	30%	19%		23%
Colombia	35%	37%	33%		35%
Perú	12%	14%	21%		16%
Uruguay	19%	31%	19%		24%
Forus	19%	29%	21%		24%

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
10	Parfois	Parfois.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
9	Vans	Vans.com.co
España		
Sitio web		
1	BSoul	BSoul.es
53	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

	Sep. 2025		Sep. 2024		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	264	30.438	258	30.124	6	1,0%
Colombia	50	3.807	42	3.012	8	26,4%
Perú	60	4.920	58	4.807	2	2,3%
Uruguay	46	5.187	45	4.806	1	7,9%
Total	420	44.351	403	42.748	17	3,7%

Movimientos de tiendas 3T25, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Parfois	Marina Arauco	Viña del Mar	180
	1	Merrell	Puerto Varas	Puerto Varas	129
	2				309
Perú					
	1	Columbia	Angamos	Lima	90
	1				90
Colombia					
	1	VANS	Centro Mayor	Bogotá	81
	1	VANS	Unicentro Bogotá	Bogotá	61
	1	VANS	Multiplaza	Bogotá	95
	1	VANS	Andino	Bogotá	70
	1	VANS	Outlet Americas	Bogotá	73
	1	VANS	Mayorca	Medellín	76
	1	UNDER ARMOUR	Zona T	Bogotá	224
	7				680
Total	10				1.079

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Hush Puppies Kids	Florida Center	Santiago	118
	1	CAT	Plaza Los Domínicos	Santiago	92
	1	Billabong	Alto Las Condes	Santiago	95
	3				305
Total	3				305

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Jul-25 al 30-Sep-25)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	-1	4
Perú	1	90
Uruguay	0	0
Colombia	7	680
Total	7	774

CHILE

(Millones Ch.\$)

Total Chile

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	57.233		55.028		4,0%
Costos	(26.909)		(26.551)		1,3%
Ganancia Bruta	30.324	53,0%	28.477	51,7%	6,5%
Resultado Operacional	1.384	2,4%	661	1,2%	109,4%
EBITDA	5.941	10,4%	4.798	8,7%	23,8%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	43.138		41.180		4,8%
Costos	(18.903)		(18.375)		2,9%
Ganancia Bruta	24.236	56,2%	22.804	55,4%	6,3%
Resultado Operacional	931	2,2%	42	0,1%	2090,9%
EBITDA	4.776	11,1%	3.482	8,5%	37,2%

Wholesale

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	14.095		13.848		1,8%
Costos	(8.007)		(8.176)		-2,1%
Ganancia Bruta	6.088	43,2%	5.672	41,0%	7,3%
Resultado Operacional	452	3,2%	618	4,5%	-26,8%
EBITDA	1.165	8,3%	1.316	9,5%	-11,5%

CHILE (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Chile

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	207.876		196.740		5,7%
Costos	(97.376)		(91.924)		5,9%
Ganancia Bruta	110.499	53,2%	104.816	53,3%	5,4%
Resultado Operacional	18.068	8,7%	18.741	9,5%	-3,6%
EBITDA	32.635	15,7%	31.698	16,1%	3,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	161.244		153.599		5,0%
Costos	(70.604)		(67.200)		5,1%
Ganancia Bruta	90.640	56,2%	86.399	56,2%	4,9%
Resultado Operacional	15.764	9,8%	15.097	9,8%	4,4%
EBITDA	28.189	17,5%	25.944	16,9%	8,7%

Wholesale

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	46.632		43.141		8,1%
Costos	(26.772)		(24.724)		8,3%
Ganancia Bruta	19.859	42,6%	18.417	42,7%	7,8%
Resultado Operacional	2.305	4,9%	3.644	8,4%	-36,8%
EBITDA	4.446	9,5%	5.754	13,3%	-22,7%

PERÚ

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	10.430		9.146		14,0%
Costos	(4.397)		(3.863)		13,8%
Ganancia Bruta	6.033	57,8%	5.283	57,8%	14,2%
Resultado Operacional	1.383	13,3%	1.593	17,4%	-13,2%
EBITDA	2.430	23,3%	2.325	25,4%	4,5%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	9.033		7.854		15,0%
Costos	(3.674)		(3.190)		15,2%
Ganancia Bruta	5.359	59,3%	4.665	59,4%	14,9%
Resultado Operacional	1.222	13,5%	1.358	17,3%	-10,0%
EBITDA	2.220	24,6%	2.046	26,0%	8,5%

Wholesale

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	1.397		1.292		8,1%
Costos	(723)		(674)		7,2%
Ganancia Bruta	675	48,3%	618	47,8%	9,1%
Resultado Operacional	161	11,5%	236	18,2%	-31,6%
EBITDA	210	15,1%	279	21,6%	-24,7%

PERÚ (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	29.198		26.388		10,6%
Costos	(12.247)		(11.061)		10,7%
Ganancia Bruta	16.950	58,1%	15.327	58,1%	10,6%
Resultado Operacional	3.948	13,5%	4.265	16,2%	-7,4%
EBITDA	6.686	22,9%	6.443	24,4%	3,8%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	24.543		22.077		11,2%
Costos	(9.807)		(8.788)		11,6%
Ganancia Bruta	14.736	60,0%	13.289	60,2%	10,9%
Resultado Operacional	3.259	13,3%	3.380	15,3%	-3,6%
EBITDA	5.854	23,9%	5.435	24,6%	7,7%

Wholesale

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	4.654		4.311		8,0%
Costos	(2.440)		(2.273)		7,3%
Ganancia Bruta	2.214	47,6%	2.037	47,3%	8,7%
Resultado Operacional	689	14,8%	885	20,5%	-22,1%
EBITDA	832	17,9%	1.008	23,4%	-17,5%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	9.398		7.934		18,4%
Costos	(4.245)		(3.469)		22,4%
Ganancia Bruta	5.153	54,8%	4.465	56,3%	15,4%
Resultado Operacional	605	6,4%	395	5,0%	53,3%
EBITDA	1.357	14,4%	847	10,7%	60,2%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	7.932		6.762		17,3%
Costos	(3.370)		(2.772)		21,6%
Ganancia Bruta	4.562	57,5%	3.990	59,0%	14,3%
Resultado Operacional	480	6,0%	320	4,7%	50,1%
EBITDA	1.206	15,2%	749	11,1%	61,1%

Wholesale

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	1.465		1.172		25,0%
Costos	(875)		(697)		25,6%
Ganancia Bruta	590	40,3%	475	40,5%	24,2%
Resultado Operacional	125	8,6%	75	6,4%	66,6%
EBITDA	151	10,3%	98	8,4%	53,5%

URUGUAY (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	30.173		27.531		9,6%
Costos	(13.753)		(11.945)		15,1%
Ganancia Bruta	16.421	54,4%	15.586	56,6%	5,4%
Resultado Operacional	2.962	9,8%	2.614	9,5%	13,3%
EBITDA	5.081	16,8%	4.265	15,5%	19,2%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	25.889		23.865		8,5%
Costos	(11.114)		(9.761)		13,9%
Ganancia Bruta	14.776	57,1%	14.104	59,1%	4,8%
Resultado Operacional	2.430	9,4%	2.168	9,1%	12,1%
EBITDA	4.482	17,3%	3.746	15,7%	19,6%

Wholesale

EERR	9M25	% Ingresos	9M24	% Ingresos	Var.
Ingresos	4.284		3.666		16,9%
Costos	(2.639)		(2.184)		20,8%
Ganancia Bruta	1.645	38,4%	1.482	40,4%	11,0%
Resultado Operacional	532	12,4%	446	12,2%	19,3%
EBITDA	600	14,0%	519	14,1%	15,6%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	8.882		7.881		12,7%
Costos	(4.481)		(4.188)		7,0%
Ganancia Bruta	4.401	49,6%	3.692	46,9%	19,2%
Resultado Operacional	328	3,7%	586	7,4%	-44,1%
EBITDA	1.334	15,0%	1.233	15,6%	8,2%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	6.811		5.863		16,2%
Costos	(3.168)		(2.812)		12,7%
Ganancia Bruta	3.643	53,5%	3.052	52,0%	19,4%
Resultado Operacional	440	6,5%	562	9,6%	-21,7%
EBITDA	1.254	18,4%	1.076	18,3%	16,6%

Wholesale

EERR	3T25	% Ing.	3T24	% Ing.	Var.
Ingresos	2.071		2.017		2,7%
Costos	(1.313)		(1.377)		-4,6%
Ganancia Bruta	758	36,6%	641	31,8%	18,3%
Resultado Operacional	(112)	-5,4%	24	1,2%	-569,4%
EBITDA	80	3,8%	157	7,8%	-49,2%

COLOMBIA (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	24.854		23.246		6,9%
Costos	(12.791)		(12.564)		1,8%
Ganancia Bruta	12.063	48,5%	10.682	46,0%	12,9%
Resultado Operacional	1.323	5,3%	1.174	5,1%	12,7%
EBITDA	3.749	15,1%	3.049	13,1%	23,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	19.253		16.845		14,3%
Costos	(8.968)		(8.039)		11,6%
Ganancia Bruta	10.285	53,4%	8.807	52,3%	16,8%
Resultado Operacional	1.639	8,5%	1.299	7,7%	26,2%
EBITDA	3.625	18,8%	2.853	16,9%	27,1%

Wholesale

EERR	9M25	% Ing.	9M24	% Ing.	Var.
Ingresos	5.601		6.401		-12,5%
Costos	(3.823)		(4.525)		-15,5%
Ganancia Bruta	1.778	31,7%	1.876	29,3%	-5,2%
Resultado Operacional	(316)	-5,6%	(125)	-1,9%	153,5%
EBITDA	124	2,2%	196	3,1%	-36,6%

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

ACTIVOS		2025	2024
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	22.746.186	22.858.031
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	31.507.188	44.760.578
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	8.025.682	5.409.423
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	39.366.642	39.049.734
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(14 a)	269.697	269.697
Inventarios	(15)	111.549.537	91.782.824
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	2.693.615	8.712.267
Total de activos corrientes		<u>216.158.547</u>	<u>212.842.554</u>
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	226.323	136.480
Derechos por cobrar no corrientes	(30)	539.384	532.852
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	2.852.153	1.961.306
Plusvalía	(9)	2.741.463	2.727.132
Propiedades, plantas y equipos	(10)	66.075.829	61.202.608
Derechos de Uso	(11)	80.216.279	72.705.627
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	7.362.450	7.176.855
Total de activos no corrientes		<u>160.013.881</u>	<u>146.442.860</u>
Total de Activos		<u>376.172.428</u>	<u>359.285.414</u>

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

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2025 M\$	2024 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(17 b)	1.348.483	2.658.834
Otros pasivos por arrendamientos corrientes	(17 c)	18.492.010	16.005.904
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	22.742.303	24.368.776
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	(14 b)	-	-
Otras provisiones corrientes	(20)	3.596.106	10.561.209
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	9.491.656	11.148.897
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	348.808	2.566.574
Total de pasivos corrientes		<u>56.019.366</u>	<u>67.310.194</u>
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17 b)	107.242	436.572
Otros pasivos por arrendamientos no corrientes	(17 c)	60.568.236	54.393.803
Otros pasivos no financieros no corrientes	(33)	6.878	6.692
Total de pasivos no corrientes		<u>60.682.356</u>	<u>54.837.067</u>
Total Pasivos		<u>116.701.722</u>	<u>122.147.261</u>
Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		207.082.567	189.258.956
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	10.073.466	5.636.413
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>258.784.984</u>	<u>236.524.320</u>
Participaciones no controladoras	(18)	685.722	613.833
Patrimonio total		<u>259.470.706</u>	<u>237.138.153</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>376.172.428</u>	<u>359.285.414</u>

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

	Nota	01.01.2025 30.09.2025 M\$	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.07.2025 30.09.2025 M\$	01.07.2024 30.09.2024 M\$
Estados de Resultados Integrales					
Ingresos de actividades ordinarias		292.100.539	273.904.992	85.942.649	79.988.990
Costo de ventas	(15)	(136.167.547)	(127.494.573)	(40.031.998)	(38.071.629)
Ganancia bruta		155.932.992	146.410.419	45.910.651	41.917.361
Otros ingresos, por función	(26 a)	752.523	853.499	326.505	531.916
Costos de distribución		(3.534.766)	(3.162.188)	(1.091.041)	(1.042.863)
Gasto de administración	(23)	(126.096.656)	(116.453.370)	(41.120.088)	(37.640.128)
Otros gastos, por función	(26 b)	(205.562)	(483.220)	(39.598)	(99.238)
Otras ganancias (pérdidas)	(26 c)	303.183	126.263	104.272	260.512
Ingresos (gastos) financieros	(31 a)	2.283.403	2.638.018	742.429	1.013.229
Costos financieros	(31 b)	(4.181.891)	(3.090.072)	(1.439.050)	(1.044.233)
Diferencias de cambio	(24)	(843.140)	(995.934)	455.047	(910.039)
Resultados por unidades de reajuste	(25)	458.437	687.037	31.997	95.816
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		24.868.523	26.530.452	3.881.124	3.082.333
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	(7.044.912)	(7.420.481)	(1.278.315)	(977.859)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		17.823.611	19.109.971	2.602.809	2.104.474
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		17.751.779	19.093.903	2.584.190	2.201.265
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	71.832	16.068	18.619	(96.791)
Ganancia		17.823.611	19.109.971	2.602.809	2.104.474
Ganancia por acción básica y diluida	(16 g)	\$ 68,6805	\$ 73,8731	\$ 9,9981	\$ 8,5166

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

	Nota	01.01.2025 30.09.2025 M\$	01.01.2024 30.09.2024 M\$	01.07.2025 30.09.2025 M\$	01.07.2024 30.09.2024 M\$
Otros Resultados Integrales					
Ganancia (pérdida)		17.823.611	19.109.971	2.602.809	2.104.474
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		4.437.053	(1.763.135)	3.086.051	(3.562.952)
Otro resultado integral Total		<u>4.437.053</u>	<u>(1.763.135)</u>	<u>3.086.051</u>	<u>(3.562.952)</u>
Resultado Integral Total		<u>22.260.664</u>	<u>17.346.836</u>	<u>5.688.860</u>	<u>(1.458.478)</u>
Resultados Atribuibles a					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		22.188.832	17.330.768	5.670.241	(1.361.687)
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(18)	71.832	16.068	18.619	(96.791)
Resultado Integral Total		<u>22.260.664</u>	<u>17.346.836</u>	<u>5.688.860</u>	<u>(1.458.478)</u>

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

	Capital emitido M\$	Primas de emisión M\$	Reservas por diferencias de cambio por conversión M\$	Otras reservas varias M\$	Total Otras reservas M\$	Ganancia (pérdida) acumulada M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial período actual 01.01.2025	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)	-	-	-	-	-	17.751.779	17.751.779	71.832	17.823.611
Otro resultado integral	-	-	4.437.053	-	4.437.053	-	4.437.053	-	4.437.053
Resultado Integral	-	-	4.437.053	-	4.437.053	17.751.779	22.188.832	71.832	22.260.664
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	71.832	71.832	57	71.889
Total de cambios en patrimonio	-	-	4.437.053	-	4.437.053	17.823.611	22.260.664	71.889	22.332.553
Saldo final período actual 30.09.2025	24.242.787	17.386.164	9.536.027	537.439	10.073.466	207.082.567	258.784.984	685.722	259.470.706
Saldo inicial período actual 01.01.2024	24.242.787	17.386.164	3.033.660	537.439	3.571.099	171.097.656	216.297.706	438.290	216.735.996
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	19.093.903	19.093.903	16.068	19.109.971
Otro resultado integral	-	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)
Resultado Integral	-	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	19.093.903	17.330.768	16.068	17.346.836
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	16.068	16.068	16	16.084
Total de cambios en patrimonio	-	-	(1.763.135)	-	(1.763.135)	19.109.971	17.346.836	16.084	17.362.920
Saldo final período actual 30.09.2024	24.242.787	17.386.164	1.270.525	537.439	1.807.964	190.207.627	233.644.542	454.374	234.098.916

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2025 30.09.2025 M\$	01.01.2024 30.09.2024 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación			
Clases de cobros por actividades de operación			
Cobro procedente de las ventas de bienes y prestación de servicios		344.058.178	314.398.498
Otros cobros por actividades de operación		61.043	1.241.340
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(257.808.482)	(207.025.595)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(49.373.621)	(44.348.971)
Otros pagos por actividades de operación		(204.711)	(480.353)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>36.732.407</u>	<u>63.784.919</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(2.480.835)	(8.437.284)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación (*)		<u>(10.530.695)</u>	<u>(12.609.212)</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>23.720.877</u>	<u>42.738.423</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS

Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2025 30.09.2025 M\$	01.01.2024 30.09.2024 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(10.319.670)	(5.406.665)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(1.292.883)	(301.253)
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(349.003)	(573.587)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		430	-
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión (*)		14.548.968	(6.101.457)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>2.587.842</u>	<u>(12.382.962)</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2025 30.09.2025 M\$	01.01.2024 30.09.2024 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		27.489.807	15.890.991
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(23.759.048)	(24.666.066)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(22.910.729)	(19.697.289)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de financiación		-	2.404
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16 d)	(8.101.263)	(7.530.236)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(450.605)	(1.079.742)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(27.731.838)</u>	<u>(37.079.938)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(1.423.119)	(6.724.477)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo			
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		<u>1.311.274</u>	<u>2.179.889</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		<u>(111.845)</u>	<u>(4.544.588)</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		22.858.031	26.726.187
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u>22.746.186</u>	<u>22.181.599</u>

FORUS es una empresa chilena, líder en *retail phygital*, enfocada en la experiencia del consumidor, conectando a las personas con las marcas que nos mueven. La empresa, que diseña, comercializa y distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y cuenta con 420 tiendas y 53 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia, Uruguay y España. FORUS opera un portafolio de 29 marcas incluyendo CAT, RKF, Columbia, Under Armour, Parfois, Merrell, BSoul, VANS, Hush Puppies, Crocs, L'OCCITANE en Provence, Azaleia y Norsegr, entre otras.

Dirección:

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

Contacto:

Isabel Darrigrandi
Gerente de Relación con Inversionistas
Email: ir@forus.cl

Website:

www.forus.cl