

# INFORME RESULTADOS

SEGUNDO TRIMESTRE 2015

AGOSTO 2015

**FORUS**  
brands & retail



## Índice

---

1. Resumen de Resultados Consolidados Segundo Trimestre 2015.....	3
2. Resumen de Resultados Consolidados Acumulados a Junio 2015.....	4
3. Hechos Relevantes del Segundo Trimestre 2015.....	5
4. Estado Integral de Resultados Consolidados.....	7
5. Análisis de Resultados Consolidados.....	9
6. Datos por País y Negocio.....	18
7. Índices Financieros y de Rentabilidad .....	23
8. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados .....	24
- Estado Integral de Resultados Consolidados .....	26
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados .....	28
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados .....	29

---

### Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 01 de Julio de 2015: \$639,04 \$/US\$.
- Simbologías períodos: Los trimestres se expresan: 1Q, 2Q, 3Q y 4Q. Los semestres se expresan como 1S para 1° semestre y 9M para los primeros 9 meses del año, según corresponda.
- Simbología monedas: \$: pesos chilenos; US\$: dólares de Estados Unidos; MM: millones.
- Otras simbologías: SSS: same store sales.

- Los Ingresos de Explotación llegaron a MM \$59.315, decreciendo un 3,7% con respecto al 2Q'14.
- El Margen Bruto de MM \$33.994 decreció un 6,1%, obteniendo un margen bruto porcentual de 57,3%, el cual es inferior en 1,5 puntos porcentuales que el margen bruto de 58,8% del 2Q'14.
- El Resultado Operacional fue de MM \$11.745 durante el 2Q'15, el cual decreció un 20,5% respecto al periodo del año anterior. El margen Operacional del periodo fue un 19,8% de los ingresos.
- EBITDA de MM \$13.296 decreció un 18,8% con respecto al 2Q'14 alcanzando un margen EBITDA de 22,4% en el 2Q'15.
- Las Ganancias del ejercicio decrecieron un 16,6%, alcanzando una cifra de MM \$10.133. Como porcentaje de los ingresos, representaron un 17,1% en el 2Q'15.
- Los Ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un 18,0% de los ingresos consolidados del 2Q'15.

- Los ingresos de explotación acumulados a junio de 2015 alcanzaron los MM \$119.323, creciendo 1,8% sobre el mismo período del año anterior.
- El Margen Bruto fue de MM \$65.098, decreciendo un 2,5% con respecto al año anterior. El margen bruto porcentual fue de un 54,6% sobre las ventas, el cual es 2,5 puntos porcentuales inferiores que el mismo periodo 2014.
- El Resultado Operacional de MM \$20.822 decreció un 19,0% respecto al primer semestre de 2014, alcanzando un 17,5% de los ingresos.
- EBITDA de MM \$24.231 decreció un 16,0%, alcanzando un margen EBITDA de 20,3% acumulado a junio 2015.
- La Ganancia del ejercicio decreció 19,7%, alcanzando una cifra de MM \$17.630. Como porcentaje de los ingresos, representa un 14,8%.
- Los ingresos de las operaciones internacionales de Uruguay, Perú y Colombia representaron el 17,8% de los ingresos consolidados acumulados a junio 2015.

## Hechos Relevantes Segundo Trimestre 2015

### Apertura de tiendas

#### Total nuevas tiendas abiertas 2Q 2015: 7 tiendas

Durante el segundo trimestre de 2015 se inauguraron los siguientes locales:

País	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
<b>Chile</b>		Caterpillar	Mall Centro Concepción	Concepción	71
		Brooks	Mall Vivo Trapenses	Santiago	28
		Hush Puppies Kids	Arauco Maipú	Santiago	86
		Merrell	Mall Curicó	Curicó	151
<b>Total</b>	<b>4</b>				<b>336</b>
<b>Perú</b>		Factory Brands	Minka	Lima	105
		Billabong	Chimbote	Chimbote	58
<b>Total</b>	<b>2</b>				<b>163</b>
<b>Uruguay</b>		Rockford	Nuevo Centro	Montevideo	81
<b>Total</b>	<b>1</b>				<b>81</b>
<b>Total</b>	<b>7</b>				<b>580</b>

### Premios recibidos por Forus

Forus ha sido premiado en USA por parte de sus licenciatarios Wolverine World Wide y Columbia Sportswear con 3 premios, los cuales son:

**Ken Goi Award 2014 en el mundo**, por su innovación, liderazgo y capacidades empresariales, de la marca Hush Puppies en Uruguay.



**Mejor Distribuidor durante el año 2014 en el mundo**, de la marca Mountain Hardwear en Chile.



**Mejor Crecimiento en Ventas año 2014 en el mundo**, de la marca Caterpillar en Categoría Vestuario en Colombia.



## Hechos Relevantes Segundo Trimestre 2015

### Nuevo Country Manager en Perú

A partir del 01 de Junio 2015, la filial de Forus en Perú cuenta con un nuevo Country Manager; Gabriel Zerene Queirolo. Él es de profesión Administrador de Empresas de la Universidad de Lima y tiene un MBA de London School of Economics. Ha desarrollado su profesión tanto en Perú como en el extranjero, contando con experiencia en distintos mercados y rubros como en el consumo masivo y retail.

### Lanzamiento e-commerce de [www.zapatos.cl](http://www.zapatos.cl) en Chile

En junio de 2015 Forus lanzó un nuevo sitio web multimarca en Chile; [www.zapatos.cl](http://www.zapatos.cl), que cuenta con las marcas Hush Puppies, Hush Puppies Kids, Rockford, Caterpillar, Nine West, Merrell, Columbia, Azaleia, Billabong, Brooks, entre otras. En el sitio se venden productos de las categorías de vestuario, calzado y accesorios. Esta es la octava plataforma de e-commerce de Forus, que se suma a las de Cat, Columbia, My Hush Puppies, Merrell, Jansport, 7veinte y Norseig que se abrieron durante los 2 años anteriores.



### Reforma Laboral

A partir del 1 de Abril de 2015, la nueva legislación de la reforma laboral comienza a regir con las siguientes modificaciones para todo el personal del Retail; se adicionan siete días domingos libres al año, adicionales a los dos mensuales que actualmente existen, con la posibilidad de que tres de estos domingos sean intercambiados por un sábado por mutuo acuerdo entre ambas partes. Además, por los domingos trabajados se aumentará la remuneración en 30%.

## Estado Integral de Resultados Consolidados

**FORUS S.A. Y FILIALES**  
**RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS**  
**2° Trimestre (abril a junio)**

	2Q'15		2Q'14		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos ordinarios	59.314.557		61.573.881		-3,7%
Costos de ventas (menos)	(25.320.784)	-42,7%	(25.378.880)	-41,2%	-0,2%
<b>Margen bruto</b>	<b>33.993.773</b>	<b>57,3%</b>	<b>36.195.001</b>	<b>58,8%</b>	<b>-6,1%</b>
Costos de distribución	(590.984)	-1,0%	(518.762)	-0,8%	13,9%
Gastos de administración	(21.657.295)	-36,5%	(20.905.278)	-34,0%	3,6%
Gastos de administración y ventas	(22.248.279)	-37,5%	(21.424.040)	-34,8%	3,8%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>11.745.494</b>	<b>19,8%</b>	<b>14.770.961</b>	<b>24,0%</b>	<b>-20,5%</b>
Otros Ingresos, por función	134.827		98.093		37,4%
Otros Gastos, por función	(51.475)		(63.634)		-19,1%
Ingresos financieros	70.311		341.735		-79,4%
Costos financieros	(94.815)		(134.633)		-29,6%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	67.945		(91.929)		-173,9%
Diferencias de cambio	700.222		252.122		177,7%
Resultados por unidades de reajuste	12.804		(30.215)		-142,4%
Otras ganancias y pérdidas	404.536		50.214		705,6%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>1.244.355</b>	<b>2,1%</b>	<b>421.753</b>	<b>0,7%</b>	<b>195,0%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>12.989.849</b>	<b>21,9%</b>	<b>15.192.714</b>	<b>24,7%</b>	<b>-14,5%</b>
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(2.857.141)		(3.042.489)		-6,1%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>10.132.708</b>	<b>17,1%</b>	<b>12.150.225</b>	<b>19,7%</b>	<b>-16,6%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	10.158.364		12.210.828		-16,8%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(25.656)		(60.603)		-57,7%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>10.132.708</b>	<b>17,1%</b>	<b>12.150.225</b>	<b>19,7%</b>	<b>-16,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>13.295.799</b>	<b>22,4%</b>	<b>16.380.404</b>	<b>26,6%</b>	<b>-18,8%</b>

## Estado Integral de Resultados Consolidados

**FORUS S.A. Y FILIALES**  
**RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS**  
**Por los períodos terminados al 30 de junio**

	6M 2015 M\$	% Ing.	6M 2014 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos ordinarios	119.322.774		117.165.560		1,8%
Costos de ventas (menos)	(54.225.194)	-45,4%	(50.372.759)	-43,0%	7,6%
<b>Margen bruto</b>	<b>65.097.580</b>	<b>54,6%</b>	<b>66.792.801</b>	<b>57,0%</b>	<b>-2,5%</b>
Costos de distribución	(1.213.173)	-1,0%	(1.189.893)	-1,0%	2,0%
Gastos de administración	(43.062.488)	-36,1%	(39.883.569)	-34,0%	8,0%
Gastos de administración y ventas	(44.275.661)	-37,1%	(41.073.462)	-35,1%	7,8%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>20.821.919</b>	<b>17,5%</b>	<b>25.719.339</b>	<b>22,0%</b>	<b>-19,0%</b>
Otros Ingresos, por función	213.316		144.735		47,4%
Otros Gastos, por función	(136.212)		(122.358)		11,3%
Ingresos financieros	103.682		459.268		-77,4%
Costos financieros	(214.376)		(291.505)		-26,5%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	63.353		164.254		-61,4%
Diferencias de cambio	1.316.083		1.357.917		-3,1%
Resultados por unidades de reajuste	12.538		(51.665)		-124,3%
Otras ganancias y pérdidas	506.070		124.279		307,2%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>1.864.454</b>	<b>1,6%</b>	<b>1.784.925</b>	<b>1,5%</b>	<b>4,5%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>22.686.373</b>	<b>19,0%</b>	<b>27.504.264</b>	<b>23,5%</b>	<b>-17,5%</b>
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(5.056.359)		(5.540.218)		-8,7%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>17.630.014</b>	<b>14,8%</b>	<b>21.964.046</b>	<b>18,7%</b>	<b>-19,7%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	17.724.733		22.130.119		-19,9%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(94.719)		(166.073)		-43,0%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>17.630.014</b>	<b>14,8%</b>	<b>21.964.046</b>	<b>18,7%</b>	<b>-19,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>24.230.552</b>	<b>20,3%</b>	<b>28.855.521</b>	<b>24,6%</b>	<b>-16,0%</b>

## Análisis de Resultados Consolidados

---

### Resultado Operacional

- **Las Ventas Consolidadas de Forus S.A. y Filiales totalizaron los MM \$59.315, decreciendo un 3,7% con respecto al segundo trimestre de 2014.**

Esta caída en ventas se explica tanto por el descenso de las ventas de Chile en un 2,6%, representando un 58% del total de la caída en ingresos consolidados, así como por la disminución en venta de las filiales en un 9,0%, representando un 42% del total de la caída en ingresos consolidados.

En Chile las ventas de Forus, que representan un 82% de los ingresos consolidados, decrecieron un 2,6%, alcanzando una cifra de MM \$48.669 durante el 2Q'15. Este descenso en las ventas se explica tanto por las menores ventas del negocio de Retail en 1,6%, como la caída en las ventas de Wholesale en 7,4%.

En cuanto al negocio de Retail, las ventas alcanzaron la cifra de MM \$40.614, decreciendo un 1,6% respecto al 2Q'14 y representando un 83% de las ventas totales de Chile. A pesar del crecimiento en m<sup>2</sup> de 8,2% a Junio 2015 con respecto a igual periodo del año anterior, que consiste en 19 nuevas tiendas netas (aperturas menos cierres), el descenso en las ventas se explica por el decrecimiento en las ventas SSS (mismas tiendas equivalentes), las cuales cayeron un 6,4% en el 2Q'15 (valor nominal). Esto se debió principalmente a 2 factores; clima y entorno económico, los cuales impactaron negativamente el tráfico de las tiendas durante el trimestre. En cuanto al clima, en este segundo trimestre se atrasó la llegada del invierno, por lo que se contaron con temperaturas más altas que el promedio y que el año anterior, además de escasez de lluvias. Por el lado del entorno económico, se puede apreciar una desaceleración de la economía aún más en este segundo trimestre, en comparación con el 1Q'15, medida por el índice IMACEC (2,2% de crecimiento promedio del 1Q'15 versus un 1,9% del 2Q'15), así como también se aprecia una menor confianza de los consumidores en la economía –medido por el índice IPEC, cuyo promedio en el 1Q'15 fue de 42,1 y en este 2Q el promedio trimestral bajó a 38,2.

## Análisis de Resultados Consolidados

En cuanto al negocio de Wholesale, cuyos ingresos de MM \$8.055 decrecieron un 7,4% respecto al 2Q'14, representaron un 17% de las ventas de Chile en el 2Q'15. A nivel de canal, este descenso también se explica por los factores de clima y desaceleración económica que afectan al país.

En cuanto a las filiales internacionales, cuyas ventas representaron un 18,0% en el 2Q'15 del total de ingresos consolidados, decrecieron un 9,0% en su conjunto respecto al 2Q'14. Los resultados de éstas son los siguientes:

### Ingresos (Millones Ch.\$)

	2Q '15	2Q '14	Var. % 15/14
Colombia	1.359	1.490	-8,8%
Perú	4.322	4.780	-9,6%
Uruguay	5.020	5.486	-8,5%
<b>Total</b>	<b>10.701</b>	<b>11.756</b>	<b>-9,0%</b>

### Same Store Sales. Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				2014 FY	2015				2014 6M	2015 6M
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		
Colombia	3,2%	4,7%	14,3%	10,5%	<b>8,7%</b>	12,8%	6,3%			<b>3,2%</b>	<b>9,4%</b>
Perú	-8,0%	-9,7%	-6,3%	-2,8%	<b>-6,3%</b>	2,1%	-6,7%			<b>-8,0%</b>	<b>-2,3%</b>
Uruguay	-1,8%	4,4%	5,9%	2,6%	<b>3,1%</b>	-6,9%	-6,4%			<b>-1,8%</b>	<b>-6,6%</b>

- En **Colombia** las ventas de MM \$1.359 decrecieron 8,8% en el 2Q'15. Este decrecimiento en ventas se debe sólo al efecto de conversión de monedas, puesto que la depreciación del peso colombiano fue un 38% con respecto al dólar. Las ventas en su moneda local crecieron un 7,0%, explicadas tanto por el aumento de las ventas en tiendas equivalentes (SSS) que crecieron un 3,2% nominal con respecto al 2Q'14, así como por el crecimiento de m2 en 25,5% con respecto a Junio del 2014, que consiste en 7 nuevas tiendas netas.
- En **Perú** las ventas de MM \$4.322 decrecieron 9,6% en el 2Q'15, explicado principalmente por el descenso en 6,7% nominal de las ventas de tiendas equivalentes (SSS) comparadas con el 2Q'14. Lo que no alcanzó a ser compensado por el 19,8% de aumento en m2 con respecto a Junio del 2014 (9 tiendas netas). Este negativo SSS se

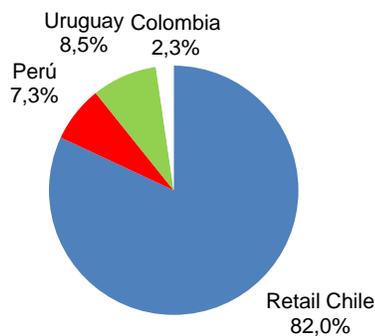
## Análisis de Resultados Consolidados

explica tanto por el factor clima (atraso de la llegada del invierno) como también por la desaceleración económica que experimenta el país.

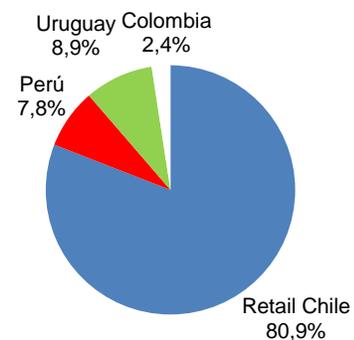
- En **Uruguay** las ventas de MM \$5.020 del 2Q'15 descendieron 8,5% con respecto al 2Q'14, explicadas tanto por el decrecimiento en 3,3% de m2 con respecto a Junio del 2014, como por el decrecimiento en SSS de un 6,4% nominal en el 2Q'15 comparado con el mismo trimestre del 2014, debido a la influencia del negativo desempeño de la economía Brasileña, principal socio comercial del país Uruguayo.

Los Ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un **18,0%** de los ingresos consolidados del 2Q'15, esto es 105 puntos base menores con respecto al 19,1% del 2Q'14.

**Ingresos por Filiales 2Q 2015**



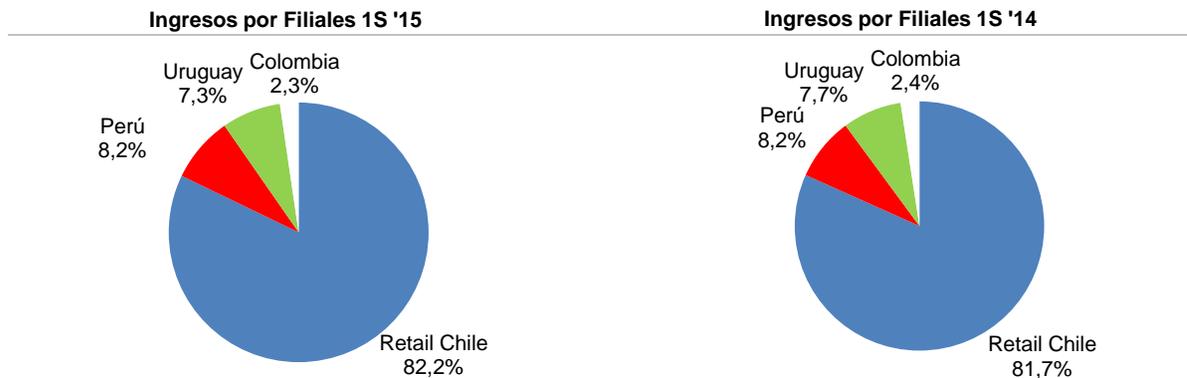
**Ingresos por Filiales 2Q 2014**



**Nota:** En este análisis, se excluyen las ventas entre empresas relacionadas.

## Análisis de Resultados Consolidados

Los ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un **17,8%** de los ingresos consolidados **acumulados a junio de 2015**, esto es 48 puntos base menores con respecto al acumulado a junio del 2014.



**Nota:** En este análisis, se excluyen las ventas entre empresas relacionadas.

- **El Margen Bruto Consolidado de MM \$33.994 decreció un 6,1% durante el 2Q'15, obteniendo un margen bruto de 57,3% en el mismo periodo.**

El menor Margen Bruto Consolidado se debe tanto al decrecimiento en Chile, cuyo margen bruto cayó en 4,3% respecto al 2Q'14, así como también por el descenso del margen bruto en un 14,0% de las filiales internacionales. El margen bruto Consolidado como porcentaje de los ingresos disminuyó en 147 puntos base desde un 58,8% al 2Q'14 a un 57,3% al 2Q'15, explicado por el efecto de tipo de cambio, de la depreciación de todas las monedas locales de los países en los que estamos presentes frente al dólar:

## Análisis de Resultados Consolidados

Nuevo Sol Peruano		13%
Peso Chileno		16%
Peso Uruguayo		17%
Peso Colombiano		38%

Sin embargo, se destaca que a pesar de la fuerte depreciación de las monedas, el margen bruto sólo haya caído en 147 puntos base, considerando que en el 1Q'15 éste cayó 321 puntos bases a nivel consolidado y con un menor efecto de depreciación de las monedas.

El margen bruto Individual (Retail y Wholesale) de Chile, decreció un 4,3% respecto al 2Q'14, alcanzando una cifra de MM \$28.268. En cuanto al margen bruto porcentual este fue de 58,1% con respecto a las ventas en el 2Q'15, el cual disminuyó en 100 puntos base respecto al 2Q'14, debido al efecto negativo de tipo de cambio, el cual ha subido en un 15,6% a junio 2015 comparado con mismo período año anterior. Sin embargo, gracias a que Forus internó las colecciones de otoño/invierno 2015 con 1 a 2 meses de anticipación es que el real efecto de tipo de cambio fue de un 12,5%.

El margen bruto del negocio de Retail fue de MM \$24.625 durante el 2Q'15 y decreció un 2,8% comparado con el mismo periodo del año anterior. El margen bruto porcentual fue de 60,6% en el 2Q'15, el cual disminuyó en 71 puntos base respecto al margen de 61,3% del 2Q'14, explicado por el efecto de alza de tipo de cambio en los costos de venta, sin embargo se destaca que el margen bruto porcentual decreció menos de lo que debió haber sido, considerando la depreciación del peso de 15,6%. Esto gracias a las buenas gestiones de la compañía en la política de revenue management.

El margen bruto del negocio Wholesale de MM \$3.642 en 2Q'15, decreció un 13,4% con respecto a 2Q'14, alcanzando un 45,2% de las ventas al 2Q'15, el cual disminuyó en 313 puntos base respecto al 2Q'14, por efecto de tipo de cambio.

## Análisis de Resultados Consolidados

En cuanto al margen bruto de las filiales internacionales, en el 2Q'15 este decreció en su conjunto un 14,0%, alcanzado la cifra de MM \$5.726, con un margen bruto porcentual de 53,5%, el cual disminuyó en 314 puntos base con respecto a 2014. El detalle por país es el siguiente:

- **Colombia:** el margen bruto de MM \$720 decreció en 11,1% con respecto al mismo período del año anterior. Como porcentaje de los ingresos decreció en 138 puntos base desde un 54,4% en 2Q'14 a un 53,0% en 2Q'15, debido a la depreciación de su moneda en 38%. Sin embargo, considerando esta alta depreciación de su moneda, el margen bruto disminuyó mucho menos de lo que realmente debió haber sido, debido a una buena gestión interna en el manejo de precios por parte del management.
  - **Uruguay:** el margen bruto de MM \$2.806 decreció un 12,6%, el cual como porcentaje de los ingresos alcanzó un 55,9% al 2Q'15, esto es 262 puntos base menos que el 58,5% reportado en 2Q'14, debido a la depreciación de su moneda en 17%.
  - **Perú:** el margen bruto de MM \$2.200 decreció un 16,6%, el cual como porcentaje de los ingresos alcanzó un 50,9%, 432 puntos base por debajo del 55,2% del 2Q'14. Este menor margen se vio afectado por el aumento en el tipo de cambio en un 13,5% durante el período respecto al mismo periodo del año anterior, además del atraso del invierno, en medio de un entorno comercial más agresivo.
- **El Resultado Operacional Consolidado de MM \$11.745, decreció un 20,5% con respecto al 2Q'14. El margen operacional alcanzó un 19,8% de los ingresos en el 2Q'15.**

El Resultado Operacional Individual (Forus Chile) alcanzó una cifra de MM \$11.451 en el 2Q'15 y decreció un 13,9% respecto al 2Q'14, representando el 97% del Resultado

## Análisis de Resultados Consolidados

---

Operacional Consolidado. El 3% restante fue representado por las filiales internacionales, cuyo Resultado Operacional de MM \$294 decreció un 80,0% respecto al 2Q'14.

El Resultado Operacional del Retail en Chile de MM \$10.124 decreció un 12,1% debido a que los GAV crecieron un 5,0% con respecto al 2Q'14, mientras que el margen bruto decreció en 2,8%. El margen operacional es de 24,9% de los ingresos totales. Los GAV aumentaron en 225 puntos base como porcentaje de los ingresos, pasando desde representar un 33,5% de los ingresos al 2Q'14 a un 35,7% de los ingresos al 2Q'15, lo cual se explica por la alta cantidad de tiendas abiertas en los últimos años, que trae como consecuencia que un 29% de las tiendas no está madura en ventas. En forma adicional tenemos el efecto negativo de la reforma laboral que impacta los GAV.

Por otro lado, en el negocio de Wholesale en Chile, el Resultado Operacional de MM \$1.328 disminuyó en un 25,7% y como porcentaje de los ingresos representó un 16,5% en el 2Q'15. Esta disminución del resultado operacional se explica principalmente por la caída en 13,4% del margen bruto. Los GAV por su parte disminuyeron en 4,3% de respecto al 2Q'14, pero aumentaron en 92 puntos base con respecto a las ventas, desde representar un 27,8% de los ingresos al 2Q'14 a un 28,7% de los ingresos al 2Q'15.

En cuanto a las filiales extranjeras, éstas en conjunto, presentaron un Resultado Operacional de MM \$294, decreciendo en un 80,0% respecto al 2Q'14 y explicados tanto por los resultados de Perú, Colombia y Uruguay. Los Resultados Operacionales por países son los siguientes:

- **Colombia:** La pérdida del Resultado Operacional de MM -\$85 decreció en 21,3% con respecto a la pérdida de MM -\$108 del 2Q'14. Se destaca positivamente la disminución de los GAV en 12,3% alcanzando un GAV de 59,3% de los ingresos al 2Q'15, el cual es 237 puntos base menos que el 61,6% del 2Q'14.

## Análisis de Resultados Consolidados

- Uruguay:** Su Resultado Operacional de MM \$517 decreció en 56,6% respecto al 2Q'14 y como porcentaje de las ventas alcanzó 10,3% en el 2Q'15. Los GAV aumentaron en 13,4% y como porcentaje sobre las ventas aumentaron en 880 puntos base, alcanzando un 45,6% de los ingresos al 2Q'15. Este resultado se ve negativamente afectado por la conversión de las monedas, puesto que en su moneda local, los GAV sólo aumentan en 5,5% en el 2Q'15.
- Perú:** El Resultado Operacional de MM -\$137 al 2Q'15 fue por debajo de los MM \$388 reportados en 2Q14, representando un -3,2% como porcentaje sobre las ventas. Esto se explica tanto por el decrecimiento del margen bruto en 16,6%, así como por el aumento de los GAV en 3,8% respecto al 2Q'14, con lo cual los GAV como porcentaje de los ingresos aumentaron en 697 puntos base. Esto se debe al fuerte crecimiento en tiendas en los últimos años, tanto orgánicas como inorgánicas, donde un 75% del total de las tiendas a Junio de 2015 aún no está madura en ventas, lo cual impacta negativamente en los GAV como porcentaje de los ingresos.

### Resultado No Operacional

- El Resultado No Operacional del 2Q'15 alcanzó una ganancia de MM \$1.244, un 195% mayor a lo reportado el 2Q'14.**

Este crecimiento en la ganancia del Resultado No Operacional se explica principalmente por el aumento en la cuenta de Diferencias de Cambio en un 177,7% debido a una mayor ganancia debido a una acertada estrategia de cobertura en dólares con la caja de la compañía. Asimismo, la cuenta Otras ganancias y pérdidas reflejaron un avance en 705,6%.

Además la cuenta Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación mejoró en 173,9% mostrando una ganancia de MM \$67,9 en comparación con la pérdida de MM \$91,9 en el 2Q'14.

### Utilidad y EBITDA

- **La Ganancia del ejercicio de MM \$10.133 al 2Q'15 decreció 16,6% con respecto al 2Q'14.**

Como porcentaje de los ingresos, representa un 17,1% al 2Q'15. Esta caída en la Utilidad Neta estaría explicada por el decrecimiento en 20,5% del Resultado Operacional Consolidado, a pesar del 195,0% de avance en el Resultado No Operacional Consolidado.

- **EBITDA de MM \$13.296 decreció un 18,8%, alcanzando un margen EBITDA de un 22,4% al 2Q'15.**

El menor EBITDA Consolidado se debe tanto a la caída del EBITDA en Chile en 15,0%, que alcanzó una cifra de MM \$12.299, representando un margen EBITDA de 25,3% sobre los ingresos al 2Q'15 y representando a su vez un 93% del total, así como al EBITDA de las filiales internacionales (7% del total) que en su conjunto decreció en un 47,6% producto de la caída del EBITDA de Perú, Colombia y Uruguay.

## Datos por País y Negocio

### CHILE

- Retail**

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '15	% Ingresos	2Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	40.614		41.289		-1,6%
Costos	-15.989		-15.959		0,2%
Margen Bruto	24.625	60,6%	25.329	61,3%	-2,8%
GAV	-14.502	-35,7%	-13.816	-33,5%	5,0%
Resultado Operacional	10.124	24,9%	11.514	27,9%	-12,1%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '15	% Ingresos	1S '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	73.882		72.177		2,4%
Costos	-31.222		-29.150		7,1%
Margen Bruto	42.660	57,7%	43.027	59,6%	-0,9%
GAV	-28.174	-38,1%	-25.932	-35,9%	8,6%
Resultado Operacional	14.486	19,6%	17.095	23,7%	-15,3%

### Evolución de Ventas Locales comparables (Same Store Sales)

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				FY	2015				6M	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	4,4%	3,7%	2,3%	9,9%	5,3%	0,8%	-6,4%			4,0%	-3,4%

### Aperturas / Cierres de Locales

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Cierre	abr-15	Calpany	Florida Center	-42
Apertura	abr-15	Caterpillar	Mall Centro Concepción	71
Apertura	abr-15	Brooks	Mall Vivo Trapenses	28
Apertura	may-15	Hush Puppies Kids	Arauco Maipu	86
Apertura	may-15	Merrell	Mall Curico	151
<b>Total</b>				<b>294</b>

## Datos por País y Negocio

### Variación m2 Totales

	Jun. 2015	Jun. 2014	Var. 15/14	Var. % 15/14
N° Locales	310	291	19	6,5%
m2 área venta + vitrina	35.467	32.787	2.680	8,2%

- **Wholesale**

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '15	% Ingresos	2Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	8.055		8.699		-7,4%
Costos	-4.412		-4.493		-1,8%
Margen Bruto	3.642	45,2%	4.206	48,3%	-13,4%
GAV	-2.315	-28,7%	-2.419	-27,8%	-4,3%
Resultado Operacional	1.328	16,5%	1.787	20,5%	-25,7%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '15	% Ingresos	1S '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	24.243		23.899		1,4%
Costos	-13.186		-12.136		8,7%
Margen Bruto	11.057	45,6%	11.763	49,2%	-6,0%
GAV	-5.274	-21,8%	-5.308	-22,2%	-0,6%
Resultado Operacional	5.783	23,9%	6.456	27,0%	-10,4%

## Datos por País y Negocio

### COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '15	% Ingresos	2Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	1.359		1.490		-8,8%
Costos	-639		-680		-6,1%
Margen Bruto	720	53,0%	810	54,4%	-11,1%
GAV	-805	-59,3%	-919	-61,6%	-12,3%
Resultado Operacional	-85	-6,3%	-108	-7,3%	-21,3%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '15	% Ingresos	1S '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	2.762		2.849		-3,0%
Costos	-1.392		-1.459		-4,6%
Margen Bruto	1.370	49,6%	1.391	48,8%	-1,5%
GAV	-1.663	-60,2%	-1.684	-59,1%	-1,3%
Resultado Operacional	-292	-10,6%	-294	-10,3%	-0,4%

### Evolución de Ventas Locales comparables (Same Store Sales)

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				FY	2015				6M	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	3,2%	4,7%	14,3%	10,5%	8,7%	12,8%	6,3%			4,0%	9,4%

### Aperturas / Cierres de Locales

No hubo movimientos de tiendas en este 2Q 2015.

### Variación m2 Totales

	Jun. 2015	Jun. 2014	Var. 15/14	Var. % 15/14
Nº Locales	47	40	7	17,5%
m2 área venta + vitrina	3.118	2.485	633	25,5%

## Datos por País y Negocio

### PERÚ

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '15	% Ingresos	2Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	4.322		4.780		-9,6%
Costos	-2.122		-2.140		-0,9%
Margen Bruto	2.200	50,9%	2.639	55,2%	-16,6%
GAV	-2.337	-54,1%	-2.251	-47,1%	3,8%
Resultado Operacional	-137	-3,2%	388	8,1%	-135,4%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '15	% Ingresos	1S '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	9.748		9.622		1,3%
Costos	-4.752		-4.173		13,9%
Margen Bruto	4.996	51,2%	5.449	56,6%	-8,3%
GAV	-4.888	-50,1%	-4.450	-46,2%	9,9%
Resultado Operacional	108	1,1%	1.000	10,4%	-89,2%

### Evolución de Ventas Locales comparables (Same Store Sales)

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				FY	2015				6M	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	-8,0%	-9,7%	-6,3%	-2,8%	-6,3%	2,1%	-6,7%			-8,9%	-2,3%

### Aperturas / Cierres de Locales

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Cierre	may-15	Shoe Express	Minka	-54
Apertura	may-15	Factory Brands	Minka	105
Apertura	may-15	Billabong	Chimbote	58
<b>Total</b>				<b>110</b>

### Variación m2 Totales

	Jun. 2015	Jun. 2014	Var. 15/14	Var. % 15/14
N° Locales	80	71	9	12,7%
m2 área venta + vitrina	6.578	5.493	1.085	19,8%

## Datos por País y Negocio

### URUGUAY

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '15	% Ingresos	2Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	5.020		5.486		-8,5%
Costos	-2.215		-2.276		-2,7%
Margen Bruto	2.806	55,9%	3.210	58,5%	-12,6%
GAV	-2.289	-45,6%	-2.019	-36,8%	13,4%
Resultado Operacional	517	10,3%	1.191	21,7%	-56,6%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '15	% Ingresos	1S '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	8.770		8.987		-2,4%
Costos	-3.755		-3.825		-1,8%
Margen Bruto	5.014	57,2%	5.163	57,4%	-2,9%
GAV	-4.277	-48,8%	-3.700	-41,2%	15,6%
Resultado Operacional	737	8,4%	1.462	16,3%	-49,6%

### Evolución de Ventas Locales comparables (Same Store Sales)

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				FY	2015				6M	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	-1,8%	4,4%	5,9%	2,6%	3,1%	-6,9%	-6,4%			2,1%	-6,6%

### Aperturas / Cierres de Locales

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Apertura*	abr-15	Rockford	Nuevo Centro	81
Cierre	abr-15	Shoe Express	Libres	-30
Cierre	jun-15	Pasqualini	Punta Carretas	-137
Cierre	jun-15	Pasqualini	Costa Urbana	-65
<b>Total</b>				<b>-151</b>

\*Nota: La reapertura de la tienda Rockford de Nuevo Centro fue debido a una remodelación.

### Variación m2 Totales

	Jun. 2015	Jun. 2014	Var. 15/14	Var. % 15/14
N° Locales	48	48	0	0,0%
m2 área venta + vitrina	4.167	4.310	-143	-3,3%

## Índices Financieros y de Rentabilidad

- **Índices de Liquidez**

	Unidad	Jun-15	Dic-14
Liquidez corriente	veces	7,0	4,8
Razón Ácida	veces	4,2	2,5

- **Índices Financieros**

	Unidad	Jun-15	Dic-14
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	91,5%	93,6%
Pasivos No Corrientes	%	8,5%	6,4%



	Unidad	Jun-15	Dic-14
Coefficiente endeudamiento	veces	0,13	0,19

- **Índices de Rentabilidad**

	Unidad	Jun-15	Dic-14
Rentabilidad s/Activos	%	9,1%	19,5%
Rentabilidad s/Ventas	%	14,8%	15,7%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	10,3%	23,2%

## FORUS S.A. Y FILIALES

### Estados de Situación Financiera Consolidados

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 31 de Diciembre 2014

<b>ACTIVOS</b>	<b>Nota</b>	<b>2015 M\$</b>	<b>2014 M\$</b>
<b>Activos Corrientes</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	10.073.659	3.863.997
Otros activos financieros corrientes	(6)	40.566.643	37.419.401
Otros activos no financieros, corriente	(28)	3.104.509	2.951.719
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7)	29.963.467	24.674.502
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corriente	(14)	2.948	6.775
Inventarios	(15)	55.852.314	63.969.519
Activos por impuestos corrientes	(12)	1.758.304	1.978.121
Activos corrientes totales		<u>141.321.844</u>	<u>134.864.034</u>
<b>Activos No Corrientes</b>			
Otros activos financieros no corrientes		136.917	377.827
Otros activos no financieros no corrientes	(28)	2.079.137	2.228.937
Derechos por cobrar no corrientes		176.893	174.458
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	(8)	3.843.226	3.909.563
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(9)	3.694.252	3.913.229
Plusvalía	(10)	8.226.310	8.226.310
Propiedades, plantas y equipos	(11)	31.815.152	33.084.390
Activos por impuestos diferidos	(12)	2.148.213	1.683.803
Total de activos no corrientes		<u>52.120.100</u>	<u>53.598.517</u>
Total de Activos		<u>193.441.944</u>	<u>188.462.551</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

### Estados de Situación Financiera Consolidados

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 31 de Diciembre 2014

<b>PASIVOS</b>	<b>Nota</b>	<b>2015 M\$</b>	<b>2014 M\$</b>
<b>Pasivos Corrientes</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	(17)	2.142.986	1.328.402
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	11.144.486	13.644.066
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corriente	(14)	477.824	237.782
Otras provisiones corrientes	(20)	1.639.014	7.417.419
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	3.011.598	3.655.338
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	<u>1.856.842</u>	<u>1.969.962</u>
Pasivos corrientes Totales		<u>20.272.750</u>	<u>28.252.969</u>
<b>Pasivos No Corrientes</b>			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17)	1.869.086	1.891.078
Otros pasivos no financieros no corrientes		<u>7.606</u>	<u>40.607</u>
Total de pasivos no corrientes		<u>1.876.692</u>	<u>1.931.685</u>
Total Pasivos		<u>22.149.442</u>	<u>30.184.654</u>
<b>Patrimonio</b>			
Capital emitido	(16)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		127.830.958	113.878.050
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16)	<u>236.212</u>	<u>1.120.915</u>
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>169.696.121</u>	<u>156.627.916</u>
Participaciones no controladoras	(18)	<u>1.596.381</u>	<u>1.649.981</u>
Patrimonio total		<u>171.292.502</u>	<u>158.277.897</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>193.441.944</u>	<u>188.462.551</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

### Estado de Resultados Integrales por Función Consolidados

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 30 de Junio de 2014

Estados de Resultados Integrales	Nota	01.01.2015	01.01.2014	01.04.2015	01.04.2014
		30.06.2015	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2014
		M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias		119.322.774	117.165.560	59.314.557	61.573.881
Costo de ventas	(15)	(54.225.194)	(50.372.759)	(25.320.784)	(25.378.880)
<b>Ganancia bruta</b>		<u>65.097.580</u>	<u>66.792.801</u>	<u>33.993.773</u>	<u>36.195.001</u>
Otros ingresos, por función		213.316	144.735	134.827	98.093
Costos de distribución		(1.213.173)	(1.189.893)	(590.984)	(518.762)
Gasto de administración	(23)	(43.062.488)	(39.883.569)	(21.657.295)	(20.905.278)
Otros gastos, por función		(136.212)	(122.358)	(51.475)	(63.634)
Otras ganancias (pérdidas)		506.070	124.279	404.536	50.214
Ingresos financieros		103.682	459.268	70.311	341.735
Costos financieros		(214.376)	(291.505)	(94.815)	(134.633)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	(8)	63.353	164.254	67.945	(91.929)
Diferencias de cambio	(24)	1.316.083	1.357.917	700.222	252.122
Resultados por unidades de reajuste	(25)	12.538	(51.665)	12.804	(30.215)
<b>Ganancia (pérdida), antes de impuesto</b>		<u>22.686.373</u>	<u>27.504.264</u>	<u>12.989.849</u>	<u>15.192.714</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(12)	(5.056.359)	(5.540.218)	(2.857.141)	(3.042.489)
<b>Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas</b>		<u>17.630.014</u>	<u>21.964.046</u>	<u>10.132.708</u>	<u>12.150.225</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		17.724.733	22.130.119	10.158.364	12.210.828
Ganancia, atribuible participaciones no controladoras	(18)	(94.719)	(166.073)	(25.656)	(60.603)
<b>Ganancia</b>		<u>17.630.014</u>	<u>21.964.046</u>	<u>10.132.708</u>	<u>12.150.225</u>
<b>Ganancia por acción básica y diluida</b>	<b>(16)</b>	<b>\$68,2094</b>	<b>\$84,9775</b>	<b>\$39,2028</b>	<b>\$47,0084</b>

## FORUS S.A. Y FILIALES

### Estado de Resultados Integrales por Función Consolidados

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 30 de Junio de 2014

	Nota	01.01.2015 30.06.2015	01.01.2014 30.06.2014	01.04.2015 30.06.2015	01.04.2014 30.06.2014
<b>Otros Resultados Integrales</b>					
Ganancia (pérdida)		17.630.014	21.964.046	10.132.708	12.150.225
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		(841.255)	644.518	(240.984)	342.330
<b>Otro resultado integral Total</b>		<u>(841.255)</u>	<u>644.518</u>	<u>(240.984)</u>	<u>342.330</u>
<b>Resultado Integral Total</b>		<u>16.788.759</u>	<u>22.608.564</u>	<u>9.891.724</u>	<u>12.492.555</u>
<b>Resultados Atribuibles a</b>					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		16.883.478	22.774.637	9.917.380	12.553.158
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(18)	<u>(94.719)</u>	<u>(166.073)</u>	<u>(25.656)</u>	<u>(60.603)</u>
<b>Resultado Integral Total</b>		<u>16.788.759</u>	<u>22.608.564</u>	<u>9.891.724</u>	<u>12.492.555</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

### Estado de Cambios en el Patrimonio Neto

30 de Junio de 2015 y 2014

	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 01.01.2015	24.242.787	17.386.164	550.946	569.969	1.120.915	113.878.050	156.627.916	1.649.981	158.277.897
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	17.724.733	17.724.733	(94.719)	17.630.014
Otro resultado integral	-	-	(884.703)	-	(884.703)	-	(884.703)	-	(884.703)
Resultado Integral	-	-	(884.703)	-	(884.703)	17.724.733	16.840.030	(94.719)	16.745.311
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(3.677.106)	(3.677.106)	-	(3.677.106)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	(94.719)	(94.719)	41.119	(53.600)
<b>Total de cambios en patrimonio</b>	-	-	<b>(884.703)</b>	-	<b>(884.703)</b>	<b>13.952.908</b>	<b>13.068.205</b>	<b>(53.600)</b>	<b>13.014.605</b>
<b>Saldo final período actual 30.06.2015</b>	<b>24.242.787</b>	<b>17.386.164</b>	<b>(333.757)</b>	<b>569.969</b>	<b>236.212</b>	<b>127.830.958</b>	<b>169.696.121</b>	<b>1.596.381</b>	<b>171.292.502</b>
Saldo inicial período anterior 01.01.2014	24.242.787	17.386.164	(147.934)	569.969	422.035	92.093.067	134.144.053	1.604.281	135.748.334
Cambios en patrimonio									
Resultado integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	22.130.119	22.130.119	(166.073)	21.964.046
Otro resultado integral	-	-	644.518	-	644.518	-	644.518	-	644.518
Resultado Integral	-	-	644.518	-	644.518	22.130.119	22.774.637	(166.073)	22.608.564
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(3.788.760)	(3.788.760)	-	(3.788.760)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	(166.073)	(166.073)	112.813	(53.260)
<b>Total de cambios en patrimonio</b>	-	-	<b>644.518</b>	-	<b>644.518</b>	<b>18.175.286</b>	<b>18.819.804</b>	<b>(53.260)</b>	<b>18.766.544</b>
<b>Saldo final período anterior 30.06.2014</b>	<b>24.242.787</b>	<b>17.386.164</b>	<b>496.584</b>	<b>569.969</b>	<b>1.066.553</b>	<b>110.268.353</b>	<b>152.963.857</b>	<b>1.551.021</b>	<b>154.514.878</b>

## FORUS S.A. Y FILIALES

Estados de Flujo de Efectivo Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 30 de Junio 2014

	<b>01.01.2015</b>	<b>01.01.2014</b>
	<b>30.06.2015</b>	<b>30.06.2014</b>
	<b>M\$</b>	<b>M\$</b>
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados 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	133.422.574	123.918.006
Cobro procedente de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas	114.055	170.342
Otros cobros por actividades de operación	306.902	2.722.239
<b>Clases de pagos</b>		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(84.479.464)	(90.957.564)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(15.251.422)	(12.042.071)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas	-	(24.043)
Otros pagos por actividades de operación	(55.956)	(28.373)
<b>Flujo de efectivo neto procedente de (utilizados en) la operación</b>	<u>34.056.689</u>	<u>23.758.536</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación	(5.933.850)	(5.203.150)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación	<u>(10.985.080)</u>	<u>(8.885.994)</u>
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de operación</b>	<u>17.137.759</u>	<u>9.669.392</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

Estados de Flujo de Efectivo Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 30 de Junio 2014

	01.01.2015	01.01.2014
	30.06.2015	30.06.2014
	M\$	M\$
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
Flujos de efectivo procedentes de la pérdida de control de subsidiarias u otros negocios, clasificados como actividades de inversión	-	-
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios, clasificados como actividades de inversión	-	(563.635)
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(1.915.870)	(3.574.004)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(272.988)	(294.846)
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión	95.411	-
Pagos derivados de contratos de futuro, a término, de opciones y de permuta financiera, clasificados como actividades de inversión	(147.508)	-
Cobros a entidades relacionadas	292.800	993.179
Dividendos recibidos, clasificados como actividades de inversión	65.090	49.650
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión	40.521	107.118
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión	<u>(1.888.415)</u>	<u>7.269.506</u>
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<u>(3.730.959)</u>	<u>3.986.968</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

Estados de Flujo de Efectivo Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre

30 de Junio de 2015 (no auditado) y 30 de Junio 2014

	01.01.2015	01.01.2014
	30.06.2015	30.06.2014
	M\$	M\$
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	15.704.274	12.901.684
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación	(12.788.116)	(14.660.036)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16) (10.055.982)	(10.502.601)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación	(35.624)	(90.260)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación	-	894.118
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de financiación</b>	<u>(7.175.448)</u>	<u>(11.457.095)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	6.231.352	2.199.265
<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	<u>(21.690)</u>	<u>98.186</u>
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	6.209.662	2.297.451
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)-	<u>3.863.997</u>	<u>8.383.418</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5) <u><u>10.073.659</u></u>	<u><u>10.680.869</u></u>

**Dirección:**

Av. Departamental N° 01053

La Florida

Santiago, Chile

**Contacto:**

Macarena Swett / Jeanne Marie Benoit

Investor Relations

Teléfono: (56 2) 2 923 3035

Email: [ir@forus.cl](mailto:ir@forus.cl)

**Website:**

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

Ir al menú Inversionistas