

# INFORME RESULTADOS

SEGUNDO TRIMESTRE 2016  
AGOSTO 2016

**FORUS**  
brands & retail



1. Resumen de Resultados Consolidados Segundo Trimestre 2016.....	3
3. Hechos Relevantes del Segundo Trimestre 2016.....	5
4. Estado Integral de Resultados Consolidados.....	7
5. Análisis de Resultados Consolidados.....	9
6. Datos por País y Negocio.....	19
7. Índices Financieros y de Rentabilidad .....	24
8. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados .....	25
- Estado Integral de Resultados Consolidados .....	27
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados .....	29
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados .....	30

---

## Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 01 de Julio de 2016: \$661,4 \$/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. GAV: Gastos de Administración y Ventas.

- EBITDA de MM \$14.521 aumentó en 9,2% con respecto al 2Q'15, alcanzando un margen EBITDA de 22,5%, el cual creció en 0,1 punto porcentual respecto al 22,4% del 2Q'15.
- Los Ingresos de Explotación llegaron a MM \$64.678, aumentando 9,0% con respecto al 2Q'15.
- El Margen Bruto de MM \$36.638 creció 7,8%, obteniendo un margen bruto porcentual de 56,6% en el 2Q'16, el cual es inferior en 0,7 puntos porcentuales respecto al 57,3% del 2Q'15.
- El Resultado Operacional fue de MM \$12.954 durante el 2Q'16, el cual creció un 10,3% respecto 2Q'15. El margen Operacional del periodo fue un 20,0% de los ingresos, el cual creció en 0,2 puntos porcentuales respecto al 19,8% del 2Q'15.
- Las Ganancias del ejercicio de MM \$9.781 decrecieron un -3,5%. Como porcentaje de los ingresos, representaron un 15,1% en el 2Q'16.
- Los Ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un 17,0% de los ingresos consolidados del 2Q'16.

- Los Ingresos de Explotación llegaron a MM \$124.193, creciendo un 4,1% con respecto al acumulado a junio del 2015.
- El Margen Bruto fue de MM \$67.172, creciendo un 3,2% respecto al mismo periodo del año anterior. El margen bruto porcentual fue de 54,1% en el 2Q'16, inferior en 0,5 puntos porcentuales respecto al 54,6% del 1S'15.
- El Resultado Operacional de MM \$21.123 creció 1,4% en el 1S'16 con respecto al 1S'15. El margen Operacional del periodo fue de un 17,0% de los ingresos.
- EBITDA de MM \$24.278 creció 0,2% con respecto al 1S'15, alcanzando un margen EBITDA de 19,5% a junio del 2016.
- Las Ganancias del ejercicio de MM \$14.920 decrecieron un -15,4% acumulado a junio 2016. Como porcentaje de los ingresos, representaron un 12,0% en el 1S'16.
- Los Ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un 17,0% de los ingresos consolidados acumulados a junio del 2016.

## Hechos Relevantes del Segundo Trimestre 2016

### Apertura de tiendas

#### Total nuevas tiendas abiertas 2Q 2016: 3 tiendas

Durante el segundo trimestre de 2016 se inauguraron los siguientes nuevos locales:

País	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile		Hush Puppies	Vivo San Fernando	San Fernando	75
<b>Total</b>	<b>1</b>				<b>75</b>
Perú		Billabong Factory Brand	Piura Malvinas	Piura Lima	78 105
<b>Total</b>	<b>2</b>				<b>183</b>
<b>Total</b>	<b>3</b>				<b>258</b>

### Nuevo CEO de Forus S.A.

El 4 de julio ingresó a la compañía el señor **Hugo Ovando Zalazar**, como nuevo gerente general de Forus S.A.

Hugo es ingeniero comercial de la P. Universidad Católica de Chile y cuenta con un MBA de Babson College, EE.UU. Tiene una trayectoria profesional de más de 18 años en la Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), empresa nacional líder del sector consumo masivo, en donde llegó a desempeñar el cargo de gerente general de la Cervecería CCU.

### Premios Recibidos por Forus

Una vez más Forus ha sido premiado con los siguientes premios:

#### Nacionales

- 1) **Mayor Creación de Valor Sector Retail 2015** – en mayo 2016, Revista Capital y Santander reconocieron a Forus como la firma que más valor creó en el sector de Retail por sexto año consecutivo.



## Hechos Relevantes del Segundo Trimestre 2016

### Internacionales

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

2) **Mejor Distribuidor durante el año 2015 en el mundo**, de la marca Mountain Hardwear en Chile.



3) **Mejor Crecimiento en Ventas año 2015 en el mundo**, de la marca Caterpillar en las categorías Calzado y Vestuario en Colombia.



4) **Mejor Desempeño durante el año 2015 en el mundo**, de la marca Hush Puppies en la categoría Accesorios en Perú.



### HECHOS POSTERIORES

#### Adquisición de la Marca Columbia para Uruguay

A partir de julio de este año, Forus adquirió la licencia de la marca Columbia en Uruguay. La marca se comercializará a través de las tiendas Columbia y también, en menor medida, a través de las tiendas D House y Rockford. En agosto del 2016 se abrieron 2 nuevos locales Columbia. Con esto, ya tenemos la marca Columbia para los mercados de Chile, Perú y Uruguay.



## Análisis de Resultados Consolidados

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

	2Q'16		2Q'15		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos ordinarios	64.677.551		59.314.557		9,0%
Costos de ventas (menos)	(28.039.731)	-43,4%	(25.320.784)	-42,7%	10,7%
<b>Margen bruto</b>	<b>36.637.820</b>	<b>56,6%</b>	<b>33.993.773</b>	<b>57,3%</b>	<b>7,8%</b>
Costos de distribución	(596.401)	-0,9%	(590.984)	-1,0%	0,9%
Gastos de administración	(23.087.195)	-35,7%	(21.657.295)	-36,5%	6,6%
Gastos de administración y ventas	(23.683.596)	-36,6%	(22.248.279)	-37,5%	6,5%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>12.954.224</b>	<b>20,0%</b>	<b>11.745.494</b>	<b>19,8%</b>	<b>10,3%</b>
Otros Ingresos, por función	212.363		134.827		57,5%
Otros Gastos, por función	(48.083)		(51.475)		-6,6%
Ingresos financieros	562.145		70.311		699,5%
Costos financieros	(84.942)		(94.815)		-10,4%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	(80.412)		67.945		-218,3%
Diferencias de cambio	(524.129)		700.222		-174,9%
Resultados por unidades de reajuste	(16.832)		12.804		-231,5%
Otras ganancias y pérdidas	31.758		404.536		-92,1%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>51.868</b>	<b>0,1%</b>	<b>1.244.355</b>	<b>2,1%</b>	<b>-95,8%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>13.006.092</b>	<b>20,1%</b>	<b>12.989.849</b>	<b>21,9%</b>	<b>0,1%</b>
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(3.224.675)		(2.857.141)		12,9%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>9.781.417</b>	<b>15,1%</b>	<b>10.132.708</b>	<b>17,1%</b>	<b>-3,5%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	9.862.933		10.158.364		-2,9%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(81.516)		(25.656)		217,7%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>9.781.417</b>	<b>15,1%</b>	<b>10.132.708</b>	<b>17,1%</b>	<b>-3,5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>14.520.664</b>	<b>22,5%</b>	<b>13.295.799</b>	<b>22,4%</b>	<b>9,2%</b>

## Análisis de Resultados Consolidados

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

	1S 2016		1S 2015		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos ordinarios	124.192.938		119.322.774		4,1%
Costos de ventas (menos)	(57.021.388)	-45,9%	(54.225.194)	-45,4%	5,2%
<b>Margen bruto</b>	<b>67.171.550</b>	<b>54,1%</b>	<b>65.097.580</b>	<b>54,6%</b>	<b>3,2%</b>
Costos de distribución	(1.311.909)	-1,1%	(1.213.173)	-1,0%	8,1%
Gastos de administración	(44.736.936)	-36,0%	(43.062.488)	-36,1%	3,9%
Gastos de administración y ventas	(46.048.845)	-37,1%	(44.275.661)	-37,1%	4,0%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>21.122.705</b>	<b>17,0%</b>	<b>20.821.919</b>	<b>17,5%</b>	<b>1,4%</b>
Otros Ingresos, por función	246.897		213.316		15,7%
Otros Gastos, por función	(134.872)		(136.212)		-1,0%
Ingresos financieros	998.088		103.682		862,6%
Costos financieros	(173.764)		(214.376)		-18,9%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	(164.536)		63.353		-359,7%
Diferencias de cambio	(2.049.801)		1.316.083		-255,8%
Resultados por unidades de reajuste	(27.550)		12.538		-319,7%
Otras ganancias y pérdidas	61.548		506.070		-87,8%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(1.243.990)</b>	<b>-1,0%</b>	<b>1.864.454</b>	<b>1,6%</b>	<b>-166,7%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>19.878.715</b>	<b>16,0%</b>	<b>22.686.373</b>	<b>19,0%</b>	<b>-12,4%</b>
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(4.958.776)		(5.056.359)		-1,9%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>14.919.939</b>	<b>12,0%</b>	<b>17.630.014</b>	<b>14,8%</b>	<b>-15,4%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	15.090.742		17.724.733		-14,9%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(170.803)		(94.719)		80,3%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>14.919.939</b>	<b>12,0%</b>	<b>17.630.014</b>	<b>14,8%</b>	<b>-15,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>24.278.041</b>	<b>19,5%</b>	<b>24.230.552</b>	<b>20,3%</b>	<b>0,2%</b>



## Análisis de Resultados Consolidados

---

### Resultado Operacional

- **Las Ventas Consolidadas de Forus S.A. y Filiales totalizaron los MM \$64.678, aumentando un 9,0% con respecto al segundo trimestre de 2015.**

El aumento en ventas se explica principalmente por el incremento de 10,5% en las ventas de Chile, las que representan un 83% de las ventas consolidadas, y también, en menor grado, por el aumento de 2,6% de las ventas de Filiales, impulsada únicamente por Uruguay, cuyas ventas representan un 49% del total de ventas de las filiales.

En Chile las ventas alcanzaron una cifra de MM \$53.764 durante el 2Q'16, creciendo un 10,5% con respecto al 2Q'15, debido a un buen rendimiento del negocio de retail en este segundo trimestre, incrementando sus ventas en 12,9%, mientras que el negocio de Wholesale disminuyó sus ventas en un 1,8%.

En cuanto al negocio de Retail, las ventas alcanzaron la cifra de MM \$45.853, creciendo un 12,9% respecto al 2Q'15 y representando un 85% de las ventas totales de Chile. Las mayores ventas se explican por el buen crecimiento en ventas SSS (mismas tiendas equivalentes), dado que el crecimiento por m<sup>2</sup> fue de tan sólo 2,5% a junio 2016 con respecto a igual periodo del año anterior, que consiste en 9 nuevas tiendas netas (aperturas menos cierres). El crecimiento de las ventas SSS se puede explicar por los siguientes factores: en primer lugar, el clima fue un factor importante durante este segundo trimestre ya que una llegada a tiempo del invierno, con temperaturas más bajas que el año pasado durante este mismo periodo y más bajas que el promedio histórico, además de mayores precipitaciones que las del 2Q'15, permitieron potenciar las ventas durante el periodo. A este efecto se suma una muy buena colección de invierno, una buena elección del mix de productos en tiendas y un buen funcionamiento de la logística, factores que impactaron positivamente en la convertibilidad de las tiendas, generando que las ventas SSS crecieran 9,0% durante el 2Q'16 (valor nominal en moneda local).

## Análisis de Resultados Consolidados

Por otro lado, el entorno económico sigue siendo un factor desfavorable en el país, puesto que el índice IMACEC promedio del 2Q'16 creció tan sólo un 1,2% en comparación al 2,1% de crecimiento en el 2Q'15, así como también la confianza de los consumidores en la economía -medido por el índice IPEC- volvió a bajar en este segundo trimestre 2016 respecto al promedio del 2Q'15 en 3,6 puntos, desde un 38,2 al 2Q'15 a un 34,5 en el 2Q'16.

En cuanto al negocio de Wholesale, sus ingresos de MM \$7.911 decrecieron 1,8% respecto al 2Q'15 y representaron un 15% de las ventas de Chile en el 2Q'16. Este decrecimiento se debe a que estamos con un canal menos de tienda por departamento de Wholesale, lo que genera una base comparativa más alta respecto a las ventas del 2Q'15.

En cuanto a las filiales internacionales, cuyas ventas representaron un 17,0% del total de ingresos consolidados del 2Q'16, crecieron un 2,6% en su conjunto respecto al 2Q'15.

Los resultados de éstas son los siguientes:

### Ingresos (Millones Ch.\$)

	2Q '16	2Q '15	Var. % 16/15	1S '16	1S '15	Var. % 16/15
Colombia	1.286	1.359	-5,4%	2.448	2.762	-11,4%
Perú	4.321	4.322	0,0%	9.660	9.748	-0,9%
Uruguay	5.374	5.020	7,0%	9.020	8.770	2,9%
<b>Total</b>	<b>10.980</b>	<b>10.701</b>	<b>2,6%</b>	<b>21.128</b>	<b>21.280</b>	<b>-0,7%</b>

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

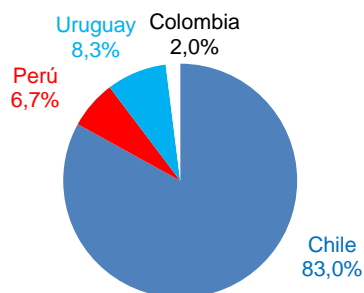
	2015				2015 FY	2016				2015 6M	2016
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		
Colombia	12,8%	6,3%	4,9%	-1,3%	<b>4,4%</b>	-4,1%	1,5%			<b>9,4%</b>	<b>-1,3%</b>
Perú	2,1%	-6,7%	-12,2%	-11,6%	<b>-7,5%</b>	-2,2%	2,7%			<b>-2,3%</b>	<b>0,1%</b>
Uruguay	-6,9%	-6,4%	-3,2%	1,5%	<b>-3,5%</b>	9,5%	12,2%			<b>-6,6%</b>	<b>11,2%</b>

## Análisis de Resultados Consolidados

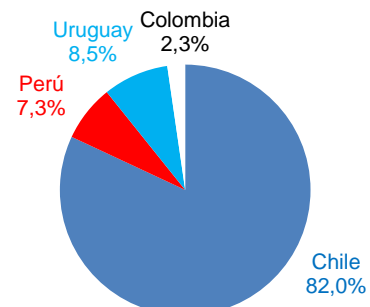
- En **Colombia** las ventas de MM \$1.286 decrecieron 5,4% en el 2Q'16. Esta caída se explica por la conversión de monedas -debido a una alta depreciación del peso colombiano en 12% con respecto al dólar a junio 2016 versus junio 2015- dado que en su moneda local las ventas consolidadas aumentaron un 3,1% en el 2Q'16. Los SSS crecieron 1,5% nominal con respecto al 2Q'15 y los en metros cuadrados aumentaron en 9,8% a junio 2016 respecto a junio del 2015, que consiste en 4 nuevas tiendas netas.
- En **Perú** las ventas de MM \$4.321 se mantuvieron estables, sin crecimiento respecto al 2Q'15. Se destaca que las ventas de tiendas equivalentes (SSS) hayan crecido en 2,7% (en moneda local, valor nominal) respecto al 2Q'15, puesto que se trata del primer SSS positivo en el país desde el 1Q'15. Por otro lado, los metros cuadrados con respecto a junio del 2015 disminuyeran en 0,9%, consistiendo en 2 tiendas netas menos.
- En **Uruguay** las ventas de MM \$5.374 del 2Q'16 crecieron un 7,0% con respecto al 2Q'15. Esto se explica sólo por el excelente crecimiento de SSS de 12,2% en el 2Q'16 comparado con el mismo período del año anterior, dado que los m2 de tiendas decrecieron 3,0%. Cabe destacar que el efecto de la conversión de monedas impacta negativamente este resultado por la depreciación de 13% del peso uruguayo frente al dólar a junio 2016 respecto del año anterior, puesto que en su moneda local las ventas crecieron 16,9% en el 2Q'16 en vez del 7,0% mostrado en CLP.

Los Ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un **17,0%** de los ingresos consolidados del 2Q'16.

Ingresos por Filiales 2Q 2016



Ingresos por Filiales 2Q 2015

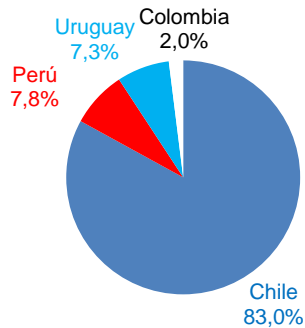


## Análisis de Resultados Consolidados

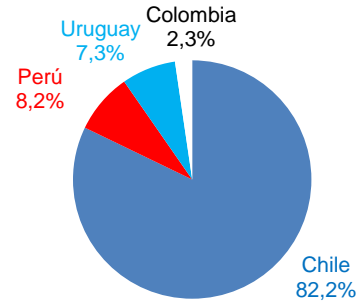
**Nota:** En este análisis, se excluyen las ventas entre empresas relacionadas.

Los Ingresos de las operaciones internacionales de Colombia, Perú y Uruguay representaron un **17,0%** de los ingresos consolidados **acumulados a junio del 2016**.

**Ingresos por Filiales 1S 2016**



**Ingresos por Filiales 1S 2015**



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

- **El Margen Bruto Consolidado de MM \$36.638 creció un 7,8% durante el 2Q'16 respecto al 2Q'15, obteniendo un margen bruto de 56,6% en el 2Q'16.**

El crecimiento del Margen Bruto Consolidado se debe tanto al crecimiento del margen bruto en Chile en un 8,8%, así como también al crecimiento del margen bruto de las filiales en un 2,9% con respecto al 2'Q15. El Margen Bruto Consolidado como porcentaje de los ingresos disminuyó en 0,7 puntos porcentuales desde un 57,3% al 2Q'15 a un 56,6% al 2Q'16, explicado por el negativo efecto tipo de cambio de la depreciación frente al dólar de todas las monedas locales, tanto de Chile como de las filiales.

El margen bruto de Chile Consolidado (Retail y Wholesale), alcanzó la cifra de MM \$30.748 y creció 8,8% respecto al 2Q'15, gracias al crecimiento del margen bruto del negocio de Retail únicamente. En términos porcentuales, el margen bruto fue de 57,2%

## Análisis de Resultados Consolidados

---

con respecto a las ventas en el 2Q'16, el cual disminuyó en 0,9 puntos porcentuales respecto al margen en el 2Q'15. Esta disminución porcentual del margen bruto se debió a un efecto negativo del tipo de cambio por la variación del dólar, considerando que la colección otoño/invierno considera un 15,4% de incremento por efecto tipo de cambio. Este efecto debió haber generado una mayor caída del margen bruto porcentual respecto del 2Q'15 pero, siguiendo en línea con la estrategia de los trimestres anteriores de mantener márgenes, la compañía pudo contener la disminución del margen bruto gracias a una buena política de revenue management y a su vez, gracias a un nivel de inventarios saludables.

El margen bruto del negocio de Retail de MM \$27.154 durante el 2Q'16 creció un 10,3% comparado con el mismo periodo del año anterior. El margen bruto porcentual fue de 59,2% en el 2Q'16, el cual disminuyó en 1,4 puntos porcentuales respecto al margen de 60,6% del 2Q'15, por el efecto de depreciación del peso de 15,4% que tuvimos con la colección otoño/invierno vendida en este trimestre.

El margen bruto del negocio Wholesale de MM \$3.594 en 2Q'16 disminuyó un 1,3% con respecto a 2Q'15, debido a la alta base comparativa del 2Q'15, al tener un canal de Wholesale menos. En términos porcentuales, se destaca que el margen bruto haya aumentado en 0,2 puntos porcentuales respecto al mismo trimestre del año anterior, a pesar del negativo efecto de tipo de cambio que han enfrentado las colecciones de productos.

En cuanto al margen bruto de las filiales internacionales, en el 2Q'16 éste creció en su conjunto un 2,9%, alcanzado la cifra de MM \$5.890, con un margen bruto porcentual de 53,6%, el cual aumentó en 0,1 puntos respecto al mismo periodo del año anterior. El detalle por país es el siguiente:

## Análisis de Resultados Consolidados

---

- **Colombia:** el margen bruto de MM \$575 disminuyó en 20,1% con respecto al mismo período del año anterior. Como porcentaje de los ingresos decreció en 8,3 puntos porcentuales desde un 53,0% en 2Q'15 a un 44,7% en 2Q'16. Esta disminución se explica en primer lugar por el aumento del costo de venta de los productos, debido a la fuerte depreciación del peso colombiano frente al dólar. En segundo lugar, debido a un efecto conversión de moneda a CLP, puesto que el margen bruto en su moneda local decreció sólo 11,2% (comparado con el 20,1% en CLP), decreciendo 6,8 puntos porcentuales respecto al 2Q'15. Por último, cuentan con un panorama macroeconómico aún desafiante, con una confianza del consumidor aún muy negativa y unas expectativas económicas que empeoraron durante el trimestre, junto a una competencia de precios agresiva por parte de los competidores, lo que hizo más adverso el mercado durante este trimestre generando que la compañía optara por una estrategia de potenciar ventas sacrificando margen, para no descuidar el nivel de inventarios.
- **Perú:** el margen bruto de MM \$2.231 creció 1,4% en el 2Q'16 respecto al mismo periodo del año anterior. Se destaca que el margen bruto porcentual de 51,6% en el 2Q'16, haya crecido en 0,7 puntos porcentuales por sobre el 50,9% del 2Q'15 - hecho que no se observaba desde el primer trimestre del 2014- a pesar de enfrentar colecciones con costos de ventas superiores por el efecto de depreciación de la moneda local frente al dólar. Este aumento de margen se explica únicamente por el negocio de Retail y además debido a contar con un inventario más saludable, tanto en la cantidad de inventario, como en la calidad de éste, como consecuencia de una estrategia de limpieza de inventarios que ha llevado a cabo la compañía durante los trimestres pasados, lo que le permitió poder mantener una política efectiva de mantención de márgenes.



## Análisis de Resultados Consolidados

- Uruguay:** el margen bruto de MM \$3.083 creció un 9,9% respecto al 2Q'15, el cual como porcentaje de los ingresos alcanzó un 57,4% al 2Q'16, esto es 1,5 puntos porcentuales sobre el 55,9% obtenido en el 2Q'15. Cabe destacar que existe un efecto negativo de conversión de monedas ya que, en su moneda local, el margen bruto aumentó en 22,6% en el 2Q'16 y creció en 2,7 puntos porcentuales respecto del 2Q'15. También se destaca el buen margen bruto porcentual obtenido en este trimestre, considerando el negativo efecto de tipo de cambio en el costo de venta de la colección.
- El Resultado Operacional Consolidado de MM \$12.954, creció un 10,3% con respecto al 2Q'15. El margen operacional alcanzó un 20,0% de los ingresos en el 2Q'16.**

El incremento del Resultado Operacional Consolidado se explica en un 90% por el aumento del Resultado Operacional Individual de Forus Chile, el cual alcanzó una cifra de MM \$12.541 en el 2Q'16 y creció 9,5% respecto al 2Q'15, mientras que el incremento del Resultado Operacional de las filiales internacionales explica el restante 10%, el cual creció en su conjunto un 40%, alcanzando una ganancia de MM \$413 en el 2Q'16.

El Resultado Operacional del negocio de Retail en Chile de MM \$11.026 creció 8,9% en el 2Q'16 y como porcentaje de los ingresos obtuvo un margen operacional de 24,0% al 2Q'16, el cual es 0,9 puntos porcentuales inferior al margen operacional de 24,9% obtenido en el 2Q'15. Este crecimiento del Resultado Operacional se explica principalmente por el crecimiento en ventas y por consiguiente, su efecto en el margen bruto, que creció en un 10,3%, así como también por la disminución de los GAV como porcentaje de los ingresos en 0,5 puntos porcentuales, pasando desde representar un 35,7% de los ingresos al 2Q'15 a un 35,2% de los ingresos al 2Q'16. En valores absolutos, los GAV crecieron en 11,2% con respecto al 2Q'15, debido al incremento en ventas del 12,9% en el 2Q'16.

## Análisis de Resultados Consolidados

El Resultado Operacional del negocio de Wholesale en Chile, de MM \$1.515 aumentó en 14,1% respecto del 2Q'15 y como porcentaje de los ingresos representó un 19,1% en el 2Q'16, el cual aumentó en 2,7 puntos porcentuales sobre las ventas totales respecto al 2Q'15. Este crecimiento se debe sólo a la disminución de los GAV, puesto que el margen bruto decreció en un 1,3% respecto al 2Q'15. Los GAV decrecieron 10,2% respecto al 2Q'15 y se destaca que a su vez hayan decrecido como porcentaje sobre los ingresos en 2,5 puntos porcentuales respecto a los GAV del 2Q'15, desde representar un 28,7% de los ingresos al 2Q'15 a un 26,3% de los ingresos al 2Q'16, a pesar de que los ingresos decrecieron en 1,8% en el 2Q'16.

En cuanto a las filiales extranjeras, éstas en conjunto, presentaron un Resultado Operacional de MM \$ 413, creciendo 40% respecto al 2Q'15 y aumentando el margen operacional en 1,0 punto porcentual desde un 2,7% en el 2Q'15 a un 3,8% en el 2Q'16. Los Resultados Operacionales por países son los siguientes:

- **Colombia:** La pérdida del Resultado Operacional de MM -\$246 aumentó un 188,3% con respecto a los MM -\$85 del 2Q'15, producto tanto del decrecimiento del margen bruto en un 20,1% como también por el aumento de los GAV en 1,9% en el 2Q'16. Esta pérdida en el Resultado Operacional es explicada en un 77% por la pérdida operacional del negocio de Wholesale, particularmente afectado por el efecto de tipo de cambio debido a la devaluación del peso colombiano.
- **Perú:** La pérdida Operacional de MM -\$277 es un 101,8% mayor que la pérdida Operacional de MM \$-137 del 2Q'15. Ésta representó un 6,4% de las ventas en el 2Q'16. Esta pérdida se explica sólo por el incremento de los GAV en 7,3% durante el 2Q'16, aumentando en 4,0 puntos porcentuales como porcentaje de ventas. Esto se debe, por un lado, a un fuerte aumento del gasto en publicidad durante este trimestre, así como también, debido al gran número de tiendas inmaduras

## Análisis de Resultados Consolidados

que aún se tiene en Perú debido al gran crecimiento en tiendas de los años anteriores, tanto orgánico como inorgánico, en donde a la fecha aún se mantiene un 67% del total de las tiendas no maduras en ventas, impactando negativamente sobre los GAV.

- **Uruguay:** La Ganancia Operacional de MM \$936 creció 81,1% respecto de la ganancia de MM \$517 del 2Q'15. Este resultado se explica tanto por el incremento del margen bruto en un 9,9% en el 2Q'16, debido al aumento en las ventas y buen SSS del negocio de Retail en el periodo, así como también por una notable disminución de los GAV en 6,2% respecto al periodo anterior, bajando en 5,6 puntos porcentuales respecto del 2Q'15 como porcentaje sobre las ventas, llegando a un 40,0% de los ingresos al 2Q'16.

### Resultado No Operacional

- **El Resultado No Operacional del 2Q'16 alcanzó una ganancia de MM \$52 y decreció un 95,8% respecto al 2Q'15, representando un 0,1% de los ingresos del 2Q'16.**

Esta caída en el Resultado No Operacional respecto del 2Q'15 se explica por la pérdida en la cuenta de Diferencias de Cambio de MM -\$524, decreciendo un 175% respecto de la ganancia de MM \$700 reportadas en el 2Q'15, netamente debido a un efecto de desvalorización de la moneda extranjera en la que está invertida la caja. En tanto, los Ingresos financieros crecieron 700%, obteniendo una ganancia de MM \$562 por sobre los MM \$70 reportados en el 2Q'15, permitiendo compensar parte de la pérdida producida por diferencias de cambio.

## Análisis de Resultados Consolidados

---

### Utilidad y EBITDA

- **La Ganancia del Ejercicio Consolidado de MM \$9.781 al 2Q'16 decreció 3,5% con respecto al 2Q'15.**

La Utilidad Neta como porcentaje de los ingresos, representó un 15,1% al 2Q'16. Esta caída en la Utilidad Neta se explica en su mayor parte -explicada en un 76%- por la caída del Resultado No Operacional Consolidado del 2Q'16 en un 95,8% respecto al del 2Q'15, puesto que el Resultado Operacional creció un 10,3% respecto al periodo anterior. Por otra parte, también se explica en menor medida -explicada en un 24%- por el incremento en la tasa efectiva de impuestos desde un 22,0% del 2Q'15 a una tasa de 24,8% pagada en el 2Q'16.

- **EBITDA de MM \$14.521 creció en 9,2%, alcanzando un margen EBITDA de un 22,5% al 2Q'16, el cual creció en 0,1 punto porcentual respecto al 22,4% del 2Q'15.**

Este crecimiento del EBITDA Consolidado se debe al crecimiento del EBITDA en Chile (que es un 93% del total) que creció en un 10,2% en el 2Q'16 con respecto al 2Q'15, alcanzando la cifra de MM \$13.551 y representando un margen EBITDA de 25,2% sobre los ingresos al 2Q'16. Por su parte, el EBITDA de las filiales internacionales decreció en su conjunto en un 2,7% producto tanto de la caída del EBITDA de Colombia como de Perú. Aun así, tanto Perú como Uruguay reportaron EBITDA positivo para el 2Q'16.

**Datos por País y Negocio**
**CHILE**

- Retail**

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '16	% Ingresos	2Q '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	45.853		40.614		12,9%
Costos	-18.699		-15.989		17,0%
Margen Bruto	27.154	59,2%	24.625	60,6%	10,3%
GAV	-16.128	-35,2%	-14.502	-35,7%	11,2%
Resultado Operacional	11.026	24,0%	10.124	24,9%	8,9%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '16	% Ingresos	1S '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	80.109		73.882		8,4%
Costos	-34.192		-31.222		9,5%
Margen Bruto	45.916	57,3%	42.660	57,7%	7,6%
GAV	-30.487	-38,1%	-28.174	-38,1%	8,2%
Resultado Operacional	15.429	19,3%	14.486	19,6%	6,5%

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

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2015				FY	2016				1S	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2015	2016
SSS	0,8%	-6,4%	-1,2%	-4,5%	<b>-3,2%</b>	-1,8%	9,0%			<b>-3,4%</b>	<b>4,1%</b>

**Aperturas / Cierres de Locales**

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Apertura	jun-16	Hush Puppies	Vivo San Fernando	75
<b>Total</b>				<b>75</b>

**Variación m2 Totales**

	Jun. 2016	Jun. 2015	Var. 16/15	Var. % 16/15
Nº Locales	319	310	9	2,9%
m2 área venta + vitrina	36.364	35.467	897	2,5%

**Datos por País y Negocio**

- Wholesale**

(Millones Ch.\$)

<b>EERR</b>	<b>2Q '16</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>2Q '15</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>Var. % 16/15</b>
Ingresos	7.911		8.055		-1,8%
Costos	-4.317		-4.412		-2,2%
Margen Bruto	3.594	45,4%	3.642	45,2%	-1,3%
GAV	-2.079	-26,3%	-2.315	-28,7%	-10,2%
Resultado Operacional	1.515	19,1%	1.328	16,5%	14,1%

(Millones Ch.\$)

<b>EERR</b>	<b>1S '16</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>1S '15</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>Var. % 16/15</b>
Ingresos	23.093		24.243		-4,7%
Costos	-12.689		-13.186		-3,8%
Margen Bruto	10.404	45,1%	11.057	45,6%	-5,9%
GAV	-4.648	-20,1%	-5.274	-21,8%	-11,9%
Resultado Operacional	5.757	24,9%	5.783	23,9%	-0,5%

- Total Chile (Retail + Wholesale)**

(Millones Ch.\$)

<b>EERR</b>	<b>2Q '16</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>2Q '15</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>Var. % 16/15</b>
Ingresos	53.764		48.669		10,5%
Costos	-23.015		-20.401		12,8%
Margen Bruto	30.748	57,2%	28.268	58,1%	8,8%
GAV	-18.207	-33,9%	-16.816	-34,6%	8,3%
Resultado Operacional	12.541	23,3%	11.451	23,5%	9,5%

(Millones Ch.\$)

<b>EERR</b>	<b>1S '16</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>1S '15</b>	<b>% Ingresos</b>	<b>Var. % 16/15</b>
Ingresos	103.202		98.125		5,2%
Costos	-46.881		-44.408		5,6%
Margen Bruto	56.321	54,6%	53.717	54,7%	4,8%
GAV	-35.135	-34,0%	-33.448	-34,1%	5,0%
Resultado Operacional	21.186	20,5%	20.269	20,7%	4,5%



## Datos por País y Negocio

### COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '16	% Ingresos	2Q '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	1.286		1.359		-5,4%
Costos	-711		-639		11,2%
Margen Bruto	575	44,7%	720	53,0%	-20,1%
GAV	-821	-63,8%	-805	-59,3%	1,9%
Resultado Operacional	-246	-19,1%	-85	-6,3%	188,3%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '16	% Ingresos	1S '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	2.448		2.762		-11,4%
Costos	-1.370		-1.392		-1,6%
Margen Bruto	1.078	44,1%	1.370	49,6%	-21,3%
GAV	-1.565	-63,9%	-1.663	-60,2%	-5,9%
Resultado Operacional	-487	-19,9%	-292	-10,6%	66,4%

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

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2015				FY	2016				1S	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2015	2016
SSS	12,8%	6,3%	4,9%	-1,3%	4,4%	-4,1%	1,5%			9,4%	-1,3%

### Aperturas / Cierres de Locales

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Cierre	abr-16	D House	Plaza Americas	-51
<b>Total</b>				<b>-51</b>

### Variación m2 Totales

	Jun. 2016	Jun. 2015	Var. 16/15	Var. % 16/15
N° Locales	51	47	4	8,5%
m2 área venta + vitrina	3.424	3.118	306	9,8%

## Datos por País y Negocio

### PERÚ

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '16	% Ingresos	2Q '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	4.321		4.322		0,0%
Costos	-2.090		-2.122		-1,5%
Margen Bruto	2.231	51,6%	2.200	50,9%	1,4%
GAV	-2.508	-58,1%	-2.337	-54,1%	7,3%
Resultado Operacional	-277	-6,4%	-137	-3,2%	101,8%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '16	% Ingresos	1S '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	9.660		9.748		-0,9%
Costos	-4.828		-4.752		1,6%
Margen Bruto	4.833	50,0%	4.996	51,2%	-3,3%
GAV	-5.260	-54,5%	-4.888	-50,1%	7,6%
Resultado Operacional	-428	-4,4%	108	1,1%	-497,2%

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

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2015					2016				1S	
	1Q	2Q	3Q	4Q	FY	1Q	2Q	3Q	4Q	2015	2016
SSS	2,1%	-6,7%	-12,2%	-11,6%	-7,5%	-2,2%	2,7%			-2,3%	0,1%

### Aperturas / Cierres de Locales

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Apertura	abr-16	Billabong	Piura	78
Apertura	abr-16	Factory Brand	Malvinas	105
Cierre	abr-16	Billabong	El Sol	-77
Cierre	abr-16	Shoe Express	El Sol	-76
Cierre	abr-16	Element	Ica	-37
Cierre	abr-16	Rockford	Cajamarca	-79
Apertura	abr-16	Factory Brand	Cajamarca	79
<b>Total</b>				<b>-7</b>

### Variación m2 Totales

	Jun. 2016	Jun. 2015	Var. 16/15	Var. % 16/15
N° Locales	76	78	-2	-2,6%
m2 área venta + vitrina	6.273	6.332	-60	-0,9%

## Datos por País y Negocio

### URUGUAY

(Millones Ch.\$)

EERR	2Q '16	% Ingresos	2Q '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	5.374		5.020		7,0%
Costos	-2.291		-2.215		3,4%
Margen Bruto	3.083	57,4%	2.806	55,9%	9,9%
GAV	-2.148	-40,0%	-2.289	-45,6%	-6,2%
Resultado Operacional	936	17,4%	517	10,3%	81,1%

(Millones Ch.\$)

EERR	1S '16	% Ingresos	1S '15	% Ingresos	Var. % 16/15
Ingresos	9.020		8.770		2,9%
Costos	-4.080		-3.755		8,6%
Margen Bruto	4.940	54,8%	5.014	57,2%	-1,5%
GAV	-4.089	-45,3%	-4.277	-48,8%	-4,4%
Resultado Operacional	851	9,4%	737	8,4%	15,5%

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

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2015				FY	2016				1S	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2015	2016
SSS	-6,9%	-6,4%	-3,2%	1,5%	-3,5%	9,5%	12,2%			-6,6%	11,2%

### Aperturas / Cierres de Locales

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Cierre	may-16	Shoe Express	Cordon	-53
Apertura	may-16	D House	Cordon	53
Cierre	may-16	Shoe Express	Pando	-94
Apertura	may-16	D House	Pando	94
Cierre	jun-16	Shoe Express	Cipriano Miro	-105
<b>Total</b>				<b>-105</b>

### Variación m2 Totales

	Jun. 2016	Jun. 2015	Var. 16/15	Var. % 16/15
N° Locales	48	48	0	0,0%
m2 área venta + vitrina	4.042	4.167	-125	-3,0%

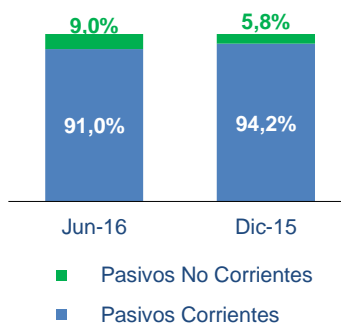
## Índices Financieros y de Rentabilidad Forus Consolidado

- **Índices de Liquidez**

	Unidad	Jun-16	Dic-15
Liquidez corriente	veces	8,5	5,2
Razón Ácida	veces	5,3	3,0

- **Índices Financieros**

	Unidad	Jun-16	Dic-15
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	91,0%	94,2%
Pasivos No Corrientes	%	9,0%	5,8%



	Unidad	Jun-16	Dic-15
Coeficiente endeudamiento	veces	0,11	0,18

- **Índices de Rentabilidad**

	Unidad	Jun-16	Dic-15
Rentabilidad s/Activos	%	7,2%	15,8%
Rentabilidad s/Ventas	%	12,0%	14,1%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	8,0%	18,7%

## FORUS S.A. Y AFILIADAS

### Estados de Situación Financiera Intermedia Consolidados

30 de junio de 2016 (no auditados) y 31 de diciembre de 2015

<b>ACTIVOS</b>	<b>Nota</b>	<b>2016 M\$</b>	<b>2015 M\$</b>
<b>Activos Corrientes</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	7.822.529	6.542.903
Otros activos financieros corrientes	(6)	57.553.603	55.091.566
Otros activos no financieros, corriente	(28 a)	3.768.723	3.247.456
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	26.885.689	24.002.279
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corriente	(14 a)	1.368	-
Inventarios	(15)	60.305.407	67.669.510
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	<u>3.046.331</u>	<u>3.107.986</u>
Activos corrientes totales		<u>159.383.650</u>	<u>159.661.700</u>
<b>Activos No Corrientes</b>			
Otros activos financieros no corrientes		273.189	369.223
Otros activos no financieros no corrientes	(28 b)	2.410.867	1.971.909
Derechos por cobrar no corrientes		183.207	180.313
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	(8)	4.065.916	3.948.400
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(9)	2.928.293	3.424.364
Plusvalía	(10)	7.126.310	7.126.310
Propiedades, plantas y equipos	(11)	29.199.937	31.069.163
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	<u>1.556.009</u>	<u>1.235.638</u>
Total de activos no corrientes		<u>47.743.728</u>	<u>49.325.320</u>
Total de Activos		<u>207.127.378</u>	<u>208.987.020</u>

## FORUS S.A. Y AFILIADAS

### Estados de Situación Financiera Intermedia Consolidados

30 de junio de 2016 (no auditados) y 31 de diciembre de 2015

<b>PASIVOS</b>	<b>Nota</b>	<b>2016 M\$</b>	<b>2015 M\$</b>
<b>Pasivos Corrientes</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	(17)	772.702	1.472.616
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	10.257.026	15.149.159
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corriente	(14 a)	711.268	740.018
Otras provisiones corrientes	(20)	1.576.943	7.089.543
Pasivos por impuestos corrientes	(12 b)	78.867	-
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	3.623.147	3.834.044
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	1.623.874	2.235.118
Pasivos corrientes Totales		18.643.827	30.520.498
<b>Pasivos No Corrientes</b>			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17)	1.840.553	1.865.109
Otros pasivos no financieros no corrientes		7.877	7.770
Total de pasivos no corrientes		1.848.430	1.872.879
Total Pasivos		20.492.257	32.393.377
<b>Patrimonio</b>			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		144.921.353	133.301.493
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	(1.407.667)	300.677
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		185.142.637	175.231.121
Participaciones no controladoras	(18)	1.492.484	1.362.522
Patrimonio total		186.635.121	176.593.643
Total de Patrimonio y Pasivos		207.127.378	208.987.020



## FORUS S.A. Y FILIALES

### Estados de Resultados Integrales por Función Consolidados

Por los períodos comprendidos entre

30 de junio de 2016 (no auditado) y 30 junio de 2015

Estados de Resultados Integrales	Nota	01.01.2016	01.01.2015	01.04.2016	01.04.2015
		30.06.2016	30.06.2015	30.06.2016	30.06.2015
		M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias		124.192.938	119.322.774	64.677.551	59.314.557
Costo de ventas	(15)	(57.021.388)	(54.225.194)	(28.039.731)	(25.320.784)
<b>Ganancia bruta</b>		<u>67.171.550</u>	<u>65.097.580</u>	<u>36.637.820</u>	<u>33.993.773</u>
Otros ingresos, por función		246.897	213.316	212.363	134.827
Costos de distribución		(1.311.909)	(1.213.173)	(596.401)	(590.984)
Gasto de administración	(23)	(44.736.936)	(43.062.488)	(23.087.195)	(21.657.295)
Otros gastos, por función		(134.872)	(136.212)	(48.083)	(51.475)
Otras ganancias (pérdidas)		61.548	506.070	31.758	404.536
Ingresos financieros		998.088	103.682	562.145	70.311
Costos financieros		(173.764)	(214.376)	(84.942)	(94.815)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	(8)	(164.536)	63.353	(80.412)	67.945
Diferencias de cambio	(24)	(2.049.801)	1.316.083	(524.129)	700.222
Resultados por unidades de reajuste	(25)	(27.550)	12.538	(16.832)	12.804
<b>Ganancia (pérdida), antes de impuesto</b>		<u>19.878.715</u>	<u>22.686.373</u>	<u>13.006.092</u>	<u>12.989.849</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(12)	(4.958.776)	(5.056.359)	(3.224.675)	(2.857.141)
<b>Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas</b>		<u>14.919.939</u>	<u>17.630.014</u>	<u>9.781.417</u>	<u>10.132.708</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		15.090.742	17.724.733	9.862.933	10.158.364
Ganancia, atribuible participaciones no controladoras	(18)	(170.803)	(94.719)	(81.516)	(25.656)
Ganancia		<u>14.919.939</u>	<u>17.630.014</u>	<u>9.781.417</u>	<u>10.132.708</u>
<b>Ganancia por acción básica y diluida</b>	<b>(16)</b>	<b>\$57,7243</b>	<b>\$68,2094</b>	<b>\$37,8437</b>	<b>\$39,2028</b>

## FORUS S.A. Y AFILIADAS

### Estados de Resultados Integrales por Función Consolidados

Por los períodos comprendidos entre

30 de junio de 2016 (no auditado) y 30 junio de 2015

	Nota	01.01.2016 30.06.2016	01.01.2015 30.06.2015	01.04.2016 30.06.2016	01.04.2015 30.06.2015
<b>Otros Resultados Integrales</b>					
Ganancia (pérdida)		14.919.939	17.630.014	9.781.417	10.132.708
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		(1.708.344)	(884.703)	377.977	(284.432)
<b>Otro resultado integral Total</b>		<u>(1.708.344)</u>	<u>(884.703)</u>	<u>377.977</u>	<u>(284.432)</u>
<b>Resultado Integral Total</b>		<u>13.211.595</u>	<u>16.745.311</u>	<u>10.159.394</u>	<u>9.848.276</u>
<b>Resultados Atribuibles a</b>					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		13.382.398	16.840.030	10.240.910	9.873.932
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(18)	<u>(170.803)</u>	<u>(94.719)</u>	<u>(81.516)</u>	<u>(25.656)</u>
<b>Resultado Integral Total</b>		<u>13.211.595</u>	<u>16.745.311</u>	<u>10.159.394</u>	<u>9.848.276</u>

## FORUS S.A. Y AFILIADAS

### Estado de Cambios en el Patrimonio Neto (no auditado)

30 de junio de 2016 y 2015

	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 01.01.2016	24.242.787	17.386.164	(269.292)	569.969	300.677	133.301.493	175.231.121	1.362.522	176.593.643
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	15.090.742	15.090.742	(170.803)	14.919.939
Otro resultado integral	-	-	(1.708.344)	-	(1.708.344)	-	(1.708.344)	-	(1.708.344)
Resultado Integral	-	-	(1.708.344)	-	(1.708.344)	15.090.742	13.382.398	(170.803)	13.211.595
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(3.300.079)	(3.300.079)	-	(3.300.079)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	(170.803)	(170.803)	300.765	129.962
<b>Total de cambios en patrimonio</b>	-	-	(1.708.344)	-	(1.708.344)	11.619.860	9.911.516	129.962	10.041.478
<b>Saldo final período actual 30.06.2016</b>	<b>24.242.787</b>	<b>17.386.164</b>	<b>(1.977.636)</b>	<b>569.969</b>	<b>(1.407.667)</b>	<b>144.921.353</b>	<b>185.142.637</b>	<b>1.492.484</b>	<b>186.635.121</b>
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>	-	-	(884.703)	-	(884.703)	13.952.908	13.068.205	(53.600)	13.014.605
<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>

**FORUS S.A. Y FILIALES**

Estados de Flujo de Efectivo Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre

30 de junio de 2016 (no auditado) y 30 de junio 2015

	<b>01.01.2016</b>	<b>01.01.2015</b>
	<b>30.06.2016</b>	<b>30.06.2015</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	140.168.501	133.422.574
Cobro procedente de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas	165.348	114.055
Otros cobros por actividades de operación	391.171	306.902
<b>Clases de pagos</b>		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(95.383.313)	(84.479.464)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(15.851.819)	(15.251.422)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas	(31.834)	-
Otros pagos por actividades de operación	7.926	(55.956)
<b>Flujo de efectivo neto procedente de (utilizados en) la operación</b>	<u>29.465.980</u>	<u>34.056.689</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación	(6.336.455)	(5.933.850)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación	<u>(11.316.448)</u>	<u>(10.985.080)</u>
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de operación</b>	<u>11.813.077</u>	<u>17.137.759</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

Estados de Flujo de Efectivo Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre

30 de junio de 2016 (no auditado) y 30 de junio 2015

	01.01.2016 30.06.2016 M\$	01.01.2015 30.06.2015 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	(323.077)	-
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	-	-
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(1.219.917)	(1.915.870)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(155.753)	(272.988)
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	(499.418)	(147.508)
Cobros a entidades relacionadas	-	292.800
Dividendos recibidos, clasificados como actividades de inversión	40.916	65.090
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión	54.933	40.521
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión	<u>(3.339.415)</u>	<u>(1.888.415)</u>
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<u>(5.441.731)</u>	<u>(3.730.959)</u>

## FORUS S.A. Y FILIALES

Estados de Flujo de Efectivo Consolidados, Método Directo

Por los períodos comprendidos entre

30 de junio de 2016 (no auditado) y 30 de junio 2015

	01.01.2016 30.06.2016 M\$	01.01.2015 30.06.2015 M\$
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
Importes procedentes de la emisión de acciones	329.997	-
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	15.329.177	15.704.274
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación	(11.636.624)	(12.788.116)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación (16 d)	(9.064.810)	(10.055.982)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de financiación	-	-
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación	(12.862)	(35.624)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación	-	-
<b>Flujo de efectivo procedente de (utilizados en) actividades de financiación</b>	<u>(5.055.122)</u>	<u>(7.175.448)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	1.316.224	6.231.352
<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>(36.598)</u>	<u>(21.690)</u>
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	1.279.626	6.209.662
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)	<u>6.542.903</u>	<u>3.863.997</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final) (5)	<u><u>7.822.529</u></u>	<u><u>10.073.659</u></u>



**Dirección:**

Av. Departamental N° 01053

La Florida

Santiago, Chile

**Contacto:**

Macarena Swett / Sebastián Macchiavello

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