

12 cuotas sin interés / Cambios y devoluciones sin costo - [ver más](#)

CL Tiendas Iniciar Sesión



HOMBRE MUJER NIÑOS ZAPATILLAS DEPORTES **OUTLET** COLECCIONES

¿Qué buscas?



@MITO_PEREIRA
GOLFISTA PROFESIONAL



<https://www.underarmour.cl/mito-pereira>

ACCESORIOS



ACCESORIOS

TOPS



TOPS

BOTTOMS



BOTTOMS



UA SPORTSMASK



PROJECT ROCK



UA FLOW VELOCITI



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	2
II. Resumen de Resultados Consolidados.....	3
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	4
IV. Resultados Integrales.....	6
V. Análisis de Resultados Consolidados.....	8
VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....	14
VII. Resumen Países.....	19
VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados	27
- Estado Integral de Resultados Consolidados	29
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados	31
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados	32

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado el 1 de enero del 2022: \$844,69/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 un año de profundas transformaciones, marcado por la consolidación de nuestro modelo omnicanal, la digitalización, la entrada de nuevas marcas internacionales, la robotización del CD y la optimización de nuestra operación de tiendas, Forus obtuvo **los mejores resultados de nuestra historia**, medido no sólo en ingresos, sino también en ganancia bruta, EBITDA y ganancia del ejercicio, demostrando nuestro renovado compromiso por ser siempre Consumer Fanatic y, también, por un crecimiento que sea siempre rentable y sustentable.

En 4T21 el Ingreso Consolidado alcanzó MM \$96.662, un alza de 43,5%, mientras que en el año 2021 subió a MM \$294.690, un aumento de 59,8%. Nuestro EBITDA en 4T21 creció 107,4% para llegar a MM \$25.560, con un margen EBITDA de 26,4%, una expansión de 814 puntos base. En 2021 nuestro EBITDA creció 189,1% para llegar a MM \$ 71.597, con un margen EBITDA de 24,3%, una expansión de 1.087 puntos base. La Ganancia del Ejercicio en 4T21 registró MM \$13.887 en 4T21, un 156,8% más que el 4T20, con un margen neto de 14,4%. En 2021, la Ganancia del Ejercicio subió 767,8% a MM \$39.385, con un margen neto de 13,4%.

A nivel consolidado, los ingresos del segmento **directo al consumidor (DTC)**, representado por nuestra plataforma omnicanal digital-presencial compuesta por tiendas, e-commerce propios y marketplace de terceros, crecieron 32,5% (y representaron 78% del total), mientras que las ventas del segmento **wholesale** (22% del total) crecieron 103,3%.

El **segmento DTC** este trimestre fue impulsado, principalmente, por el retorno de nuestros clientes a nuestras tiendas, luego del levantamiento de restricciones a la movilidad, especialmente en Chile, y también por la optimización del mix de tiendas que hemos estado implementando en los últimos dos años, donde hemos cerrado 121 tiendas de bajo desempeño (menor venta por m2 y menor rentabilidad) y agregado, selectivamente, tiendas de nuestras nuevas marcas, específicamente Under Armour y VANS en Chile (y una tienda MANGO en Uruguay en el 4T21). Nuestro canal digital también contribuyó en forma significativa al crecimiento del segmento DTC este año, creciendo 25,7% y representando un 26% de la venta consolidada de la Compañía en 2021, gracias a que hemos innovado en nuevas y mejoras experiencias omnicanales (live shopping, CX, Click & Collect, portales de autoatención, mejoras en post venta). También hemos agregado nuevos sitios web de e-commerce (7 en 2021 para terminar el año con 42) y formado alianzas con nuevos marketplaces (aunque la venta de este canal estuvo más presionada por nuestros menores niveles de inventario, lo que esperamos remediar en la segunda mitad del 2022).

El segmento **wholesale**, a su vez, se benefició este trimestre (y este año) por la incorporación de la marca **Under Armour** en Chile (desde marzo) y en Colombia (desde julio), dado que Under Armour tiene una fuerte presencia en ese canal en ambos países, y también por el robusto crecimiento de VANS y Norsegr (nuestra marca de calzado y accesorios de seguridad), otras dos marcas con una fuerte participación en el segmento mayorista.

Este trimestre continuamos mejorando nuestros ratios de rentabilidad, tanto en Chile como en nuestras filiales, gracias a la mayor escala del negocio y a nuestras mejoras de eficiencia y productividad. En 2021, Chile obtuvo un EBITDA de MM \$64.210, un alza de 214,2%, con un margen EBITDA de 25,7%, una expansión de 1.213 puntos base. Las filiales, en su conjunto, reportaron un EBITDA de MM \$7.387 (un 10,3% del EBITDA consolidado), un crecimiento de 70,6%, con un margen EBITDA de 16,4%, una expansión de 368 puntos base, impulsado principalmente por Colombia y Perú.

Destacamos también que nuestra caja y equivalentes a fines de diciembre 2021 alcanzó MM \$110.663, una diferencia de -0,2% con respecto a diciembre 2020, pese a que, en los últimos 12 meses, Forus pagó MM \$75.542 en dividendos.

Sin duda, este segundo año de pandemia nos trajo numerosos desafíos, incluyendo restricciones a la movilidad, cierres de tiendas e interrupciones a la cadena de abastecimiento, entre otros. Lo importante es que, en equipo, buscamos soluciones, y como resultado, somos hoy una compañía más fortalecida, ágil e innovadora que nunca.

II. Resumen de Resultados Consolidados

Cuarto trimestre 2021

- Los Ingresos Consolidados de MM \$96.662 crecieron 43,5% con respecto al 4T20.
- La Ganancia Bruta de MM \$53.306 aumentó 53,8% en el periodo. El margen bruto aumento 367 puntos base, alcanzando un margen de 55,1%.
- El Resultado Operacional registró MM \$19.013 en 4T21, un crecimiento de 134,4%, con un margen operacional de 19,7%, una expansión de 763 puntos base.
- El EBITDA de MM \$25.560 creció 107,4%, con un margen de 26,4%, una expansión de 814 puntos base respecto al año anterior.
- El Resultado No Operacional anotó una pérdida de MM \$294 en 4T21, comparado con una pérdida de MM \$2.823 en 4T20.
- La Ganancia de MM \$13.887 en 4T21 aumentó en 156,8% con respecto al año pasado, con un margen neto de 14,4%, una expansión de 634 puntos base.
- Los Ingresos Digitales Consolidados decrecieron 8,9% con respecto al 4T20 y representaron un 24% de los ingresos DTC y un 19% del total de los ingresos consolidados de Forus.

Año 2021

- Los Ingresos Consolidados de MM \$294.690 crecieron 59,8% en 2021 con respecto al año anterior.
- La Ganancia Bruta de MM \$163.084 aumentó 76,8% en el periodo. El margen bruto aumento 534 puntos base, alcanzando un margen de 55,3%.
- El Resultado Operacional de MM \$52.371 creció 728,8% en 2021 y el margen operacional de 17,8% representó una expansión de 1.435 puntos base.
- El EBITDA de MM \$71.597 creció 189,1%, con un margen de 24,3%, una expansión de 1.087 puntos base.
- El Resultado No Operacional alcanzó una ganancia de MM \$1.115 en 2021, comparado con una pérdida de MM \$2.629 en 2020.
- La Ganancia de MM \$39.385 aumentó 767,8% en 2021. El margen neto de 13,4% aumentó 1.090 puntos base.
- Los Ingresos Digitales Consolidados crecieron 25,7% y representaron un 33% de los ingresos DTC y un 26% del total de ingresos de Forus en el periodo 2021.

III. Hechos Relevantes del Periodo

Inauguración de Mango en Uruguay

El 17 de noviembre, Forus Uruguay inauguró su primera tienda Mango, con una superficie de ventas de 450 m², en Montevideo Shopping Center. La tienda, de la marca española de moda, ofrece un amplio surtido de prendas de vestir y accesorios para mujeres.

Nuevos sitios web

En octubre en Chile inauguramos el sitio de e-commerce de la marca Brooks: www.brooks.cl, con lo que, al cierre de 2021, tenemos 42 sitios propios de e-commerce, 7 más de lo que teníamos al finalizar el año 2020 (ver detalle en Resumen Países).

Plan de optimización de tiendas: aperturas/cierres

En el último par de años, nos hemos enfocado en mejorar la rentabilidad de nuestro canal presencial, cerrando locales de bajo desempeño y siendo muy selectivos al momento de abrir tiendas adicionales (la mayoría asociadas a marcas nuevas). Con esta estrategia, hemos cerrado, a nivel consolidado, un total de 121 tiendas en los últimos dos años (89 cierres, neto), lo que equivale a una reducción de 17% en el número total de tiendas de Forus (ver tabla). Con esta estrategia de optimización de tiendas, nos estamos transformando en una compañía más eficiente, más liviana (con menos gastos fijos indexados a la inflación), más ágil (para adaptarnos a una industria en permanente cambio) y más flexible (en la forma de gestionar los locales).

Tiendas Forus	2019	2020	2021	Var.
Inicio del periodo	517	529	507	
Chile	341	345	336	
Filiales	176	184	171	
Aperturas	35	8	24	32
Chile	22	6	18	24
Filiales	13	2	6	8
Cierres	-23	-30	-91	-121
Chile	-18	-15	-54	-69
Filiales	-5	-15	-37	-52
Aperturas/Cierres, Netos	12	-22	-67	-89
Chile	4	-9	-36	-45
Filiales	8	-13	-31	-44
Fin del periodo	529	507	440	-17%
Chile	345	336	300	-13%
Filiales	184	171	140	-24%

Durante el cuarto trimestre de 2021, a nivel consolidado, cerramos 26 tiendas y abrimos 2, una reducción neta de 24 tiendas y de -2.205 m2 en superficie de venta. En Chile cerramos 18 tiendas; en Perú cerramos 3 tiendas; en Uruguay abrimos 2 tiendas; y en Colombia cerramos 5 tiendas (*ver detalle en Resumen Países*).

Forus recibe el premio *Consumer Obsessed Marketing Activation Award* por Hush Puppies en Chile

En la conferencia Hush Puppies Latam Regional Meeting, que se realizó virtualmente, Wolverine Worldwide le otorgó al equipo de Hush Puppies Chile de Forus el premio *Consumer Obsessed Marketing Activation*, para reconocer nuestras iniciativas de fidelización online para estar hiperconectados al consumidor.

Hechos Relevantes Posteriores al Cierre del Periodo

Forus adquirió participaciones de WWW en LBC y Forus Colombia

El 28 de enero la Compañía adquirió el 51% de Lifestyle Brands of Colombia S.A.S. (LBC) y el 49% de Forus Colombia S.A.S. con lo cual queda con el 100% de la propiedad de las sociedades que formaban el joint-venture que desde el año 2012 hasta esta fecha operaba en conjunto con Wolverine Worldwide en Colombia.

IV. Resultados Integrales

Cuarto trimestre:

	4T21 M\$	% Ing.	4T20 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	96.662.112		67.337.717		43,5%
Costos de ventas	(43.355.786)	-44,9%	(32.672.467)	-48,5%	32,7%
Ganancia Bruta	53.306.326	55,1%	34.665.250	51,5%	53,8%
Costos de distribución	(668.432)	-0,7%	(853.300)	-1,3%	-21,7%
Gastos de administración	(33.624.539)	-34,8%	(25.702.130)	-38,2%	30,8%
Gastos de administración y ventas	(34.292.971)	-35,5%	(26.555.430)	-39,4%	29,1%
Resultado Operacional	19.013.355	19,7%	8.109.820	12,0%	134,4%
Otros Ingresos, por función	430.108		230.960		86,2%
Otros Gastos, por función	(85.397)		65.516		-230,3%
Ingresos financieros	991.454		124.061		699,2%
Costos financieros	(540.611)		(371.727)		45,4%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	142.785		84.023		69,9%
Diferencias de cambio	631.610		(3.037.637)		-120,8%
Resultados por unidades de reajuste	75.372		795.443		-90,5%
Otras ganancias y pérdidas	(1.939.042)		(713.602)		171,7%
Resultado No Operacional	(293.721)	-0,3%	(2.822.963)	-4,2%	-89,6%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	18.719.634	19,4%	5.286.857	7,9%	254,1%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(4.833.004)		120.322		-4116,7%
Ganancia (pérdida)	13.886.630	14,4%	5.407.179	8,0%	156,8%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	13.760.180		5.345.054		157,4%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	126.450		62.125		103,5%
Ganancia (pérdida)	13.886.630	14,4%	5.407.179	8,0%	156,8%
EBITDA	25.560.040	26,4%	12.321.595	18,3%	107,4%

Resultados Anuales:

	2021		2020		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	294.690.496		184.449.186		59,8%
Costos de ventas	(131.606.883)	-44,7%	(92.216.598)	-50,0%	42,7%
Ganancia Bruta	163.083.613	55,3%	92.232.588	50,0%	76,8%
Costos de distribución	(2.818.622)	-1,0%	(2.477.999)	-1,3%	13,7%
Gastos de administración	(107.893.817)	-36,6%	(83.435.789)	-45,2%	29,3%
Gastos de administración y ventas	(110.712.439)	-37,6%	(85.913.788)	-46,6%	28,9%
Resultado Operacional	52.371.174	17,8%	6.318.800	3,4%	728,8%
Otros Ingresos, por función	952.663		799.192		19,2%
Otros Gastos, por función	(281.360)		(212.808)		32,2%
Ingresos financieros	1.591.730		(58.569)		-2817,7%
Costos financieros	(1.589.534)		(2.107.823)		-24,6%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	160.461		(47.238)		-439,7%
Diferencias de cambio	2.902.328		(1.035.915)		-380,2%
Resultados por unidades de reajuste	422.200		669.577		-36,9%
Otras ganancias y pérdidas	(3.043.982)		(635.463)		379,0%
Resultado No Operacional	1.114.506	0,4%	(2.629.047)	-1,4%	-142,4%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	53.485.680	18,1%	3.689.753	2,0%	1349,6%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(14.100.315)		848.541		-1761,7%
Ganancia (pérdida)	39.385.365	13,4%	4.538.294	2,5%	767,8%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	39.349.616		4.719.619		733,7%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	35.749		(181.325)		-119,7%
Ganancia (pérdida)	39.385.365	13,4%	4.538.294	2,5%	767,8%
EBITDA	71.596.823	24,3%	24.764.884	13,4%	189,1%

V. Análisis de Resultados Consolidados

Resultado Operacional

- **Forus anotó un nuevo récord el 4T21, con Ingresos Consolidados de MM \$96.662, un alza de 43,5% con respecto al mismo periodo del año anterior. 2021 se convirtió en el año de mayores ventas de nuestra historia, con Ingresos Consolidados por MM \$294.690, un crecimiento de 59,8%.**

Chile, nuevamente contribuyó una parte importante de este crecimiento, con ingresos que aumentaron 44,9% y representaron un 82,4% de la venta consolidada. Las filiales, en su conjunto, también aportaron significativamente al aumento de la venta consolidada, con un crecimiento de 37,7%, con alzas en cada filial: Colombia sobresalió con un crecimiento de 145,4% luego de incorporar la marca Under Armour (en julio); Uruguay creció 40,4%; y Perú creció un 4,0%.

Chile reportó otro trimestre histórico en ventas, impulsado por los altos niveles de liquidez en el país y la preferencia de nuestros clientes por nuestras marcas y canales de venta, anotando ingresos por MM \$79.670, un aumento de 44,9%. Nuestro segmento *directo al consumidor*, representado por nuestra plataforma omnicanal presencial-digital, compuesta por tiendas, e-commerce propios y marketplace de terceros, registró un crecimiento en ventas de 35,5%, mientras que nuestro segmento *wholesale* aportó con un alza de 89,5%.

Nuestro canal presencial de tiendas en Chile mostró un incremento en ventas de 65,9% este trimestre, comparado con el 4T20, explicado por el mayor tráfico a nuestras tiendas, gracias a un retorno a una mayor movilidad en Chile. En 2021, nuestras tiendas en Chile vendieron un 106,1% más que el año anterior, pese a que finalizamos el año con 36 tiendas menos (-1,4% de superficie de venta, explicado porque agregamos tiendas UA que son 3x más grandes que el promedio de nuestras otras tiendas). La venta por m² en Chile, por ende, aumentó 112,2%.

Nuestro canal digital (e-commerce propio + marketplace) en Chile, a su vez, decreció -11,5% con respecto al 4T20 y representó un 20% de la venta total de Chile, explicado por el mayor tráfico a nuestras tiendas y, también por la menor disponibilidad de inventario. En el evento Cyber Monday, que se realizó en octubre este año, tuvimos un aumento en ventas de un 29%, comparado con el Cyber Monday de noviembre de 2020. En 2021, nuestro canal digital (e-commerce + marketplace) registró un alza de 21,6% y los ingresos representaron un 27% del total de las ventas de Chile.

El segmento *wholesale* en Chile, que creció 89,5% con respecto al 4T20, fue impulsado, principalmente, por las marcas Under Armour (incorporado en Chile en el 1T21), VANS y Norseeg (la marca de calzado y accesorios de seguridad de Forus), y también por las mejoras de gestión en este

canal que realizamos en otras marcas de la Compañía. En 2021 el segmento *wholesale* en Chile creció 65,5%, impulsado por UA, VANS y Norseeg.

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

- En **Perú** la venta creció 4,0% este trimestre (6,2% en moneda local), impulsado por el segmento *directo al consumidor* (88% de los ingresos de Perú), que aumentó 7,3%, contrarrestado en parte por el segmento *wholesale* (12% de los ingresos) que decreció 15,2% y por la depreciación del PEN contra el CLP al momento de consolidar nuestros resultados. Dentro del segmento *directo al consumidor*, la venta digital creció 33,8% en 4T21 y representó un 12% del total de ingresos este trimestre, mientras que la venta presencial aumentó sólo un 4,0% -representó un 76% del total de ingresos- debido a que, a diciembre 2021, tuvo una reducción, neta, de 13 tiendas (14 cierres + 1 apertura), lo que equivale a un 19,4% menos de superficie de venta que en 2020. Por ende, en 2021 la filial aumentó la venta por m2 en un 25,4% (38,0% en moneda local).
- En **Uruguay** los ingresos crecieron 40,4% este trimestre (33,6% en moneda local), explicado por el segmento *directo al consumidor* (99% de los ingresos de Uruguay), que registró un alza de 39,8%, y por la apreciación del UYU contra el CLP al momento de consolidar los resultados. Dentro del segmento DTC, los ingresos de las tiendas crecieron un 50,8%, impulsado por el arribo de nuevas colecciones y por el buen desempeño de nuestra recientemente inaugurada tienda MANGO; nuestro canal digital, en tanto, decreció -3,9% y representó 14% del total de ingresos este trimestre. En 2021, tuvo una reducción, neta, de 3 tiendas (8 cierres + 5 aperturas) y la superficie de ventas aumentó 8,5%. Por ende, en 2021 aumentó su venta por m2 en un 9,8% (16,6% en moneda local).
- En **Colombia** (Forus Colombia + UA Colombia), las ventas aumentaron 145,4% este trimestre (140,5% en moneda local), explicado por la incorporación de la marca Under Armour (en julio) y por la apreciación del COP contra el CLP al momento de consolidar los resultados. El segmento *wholesale* registró la mayor alza, pasando a representar un 53% de los ingresos de Colombia, luego de representar menos del 1% de los ingresos en 4T20, explicado por la marca Under Armour. El segmento *directo al consumidor*, a su vez, creció 15,8%, impulsado por las tiendas, cuyos ingresos aumentaron un 21,0%, y por el canal digital, que aumentó sus ventas en 9,9% (y representó 21% de la venta). En 2021, Colombia tuvo una reducción, neta, de 15 tiendas (15 cierres + 0 aperturas), lo que equivale a un 35,9% menos de superficie de venta que en 2020. Por ende, en 2021 Colombia aumentó la venta por m2 en un 34,8% (39,6% en moneda local).
- **La Ganancia Bruta de MM \$53.306 aumentó 53,8% en el 4T21 y el margen bruto alcanzó 55,1%, una expansión de 367 puntos base. En 2021, la Ganancia Bruta de MM \$163.084 creció 76,8% con un margen bruto de 55,3%, una expansión de 534 puntos base.**

En Chile, la ganancia bruta aumentó 56,6% con una expansión de margen de 418 puntos base, para alcanzar un margen bruto de 55,7% este trimestre. El mayor margen bruto fue el resultado de una mejor gestión de precios al contar con niveles más ajustados de inventario, y un dólar promedio de entrada de la colección que fue un 2,2% más bajo para la colección primavera/verano 2021 que el dólar promedio del año pasado para esa temporada, todo lo cual nos ayudó a mitigar el alza en los costos de abastecimiento y flete. En el segmento *DTC*, la ganancia bruta aumentó 53,3% y registró un margen bruto de 61,2%, una expansión de 709 puntos base. Esto se debió, principalmente, a una menor actividad promocional, tanto en tiendas físicas como en los canales digitales. En el segmento *wholesale* la ganancia bruta aumentó 78,9% con un margen bruto de 36,6%, un deterioro de 217 puntos base, explicado por el menor margen bruto en el canal mayorista de las marcas Under Armour, VANS y Norseeg y su mayor peso en las ventas de este canal.

Respecto a la ganancia bruta de las filiales internacionales, el detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** La ganancia bruta creció 8,7% y el margen bruto aumentó 247 puntos base, alcanzando un 56,5% en 4T21. El segmento *DTC* anotó una expansión de margen bruto de 564 puntos base, gracias a la mejor gestión de precios y el impacto levemente favorable del tipo de cambio en el costo de la colección, pero ésta fue parcialmente contrarrestada por el deterioro de margen bruto del segmento *wholesale*.
- **Uruguay:** La ganancia bruta aumentó 49,8% y el margen bruto se expandió 346 puntos base, alcanzando 55,6% en 4T21, explicado por el segmento *DTC* (99% de los ingresos), gracias a la mejor gestión de precios y el impacto levemente favorable del tipo de cambio en el costo de la colección.
- **Colombia:** La ganancia bruta de Colombia (Forus Colombia + UA Colombia) creció 159,8% y el margen bruto aumentó 243 puntos base, alcanzando 43,9% en 4T21, explicado por el segmento *DTC* que anotó un margen bruto de 54,9%, una expansión de 1.333 puntos base con respecto al 4T20, gracias a la mejor gestión de precios y el impacto levemente favorable del tipo de cambio en el costo de la colección. Esa expansión fue contrarrestada, en parte, por el crecimiento del segmento *wholesale*, que tiene un margen bruto menor, aunque en este trimestre se expandió en 96 puntos base.
- **El Resultado Operacional de MM \$19.013 creció 134,4%, con un margen operacional de 19,7% este trimestre, una expansión de 763 puntos base. En 2021, el Resultado Operacional de MM \$52.371 aumentó 728,8%, con un margen operacional de 17,8%, una expansión de 1.435 puntos base.**

El crecimiento del Resultado Operacional se explica por los numerosos esfuerzos que la Compañía ha estado realizando, a nivel de toda la organización, por buscar el crecimiento de los ingresos y una mayor rentabilidad por medio de una mejora del margen bruto y la mayor productividad, eficiencia

y variabilización de gastos. Este trimestre disminuimos el GAV/ingresos en 396 puntos base, a nivel consolidado, gracias a todos estos esfuerzos. En 2021, redujimos el GAV/ingresos en 901 puntos base, explicado por el plan de cierre de tiendas menos rentables (con lo cual redujimos gastos fijos indexados a la inflación), la digitalización y automatización de procesos logísticos y de backoffice, el cierre temporal de tiendas a principios del año y otras iniciativas que mejoraron la productividad de la Compañía.

Chile registró un resultado operacional de MM \$16.809 este trimestre, el mejor de nuestra historia y con un crecimiento de 144,1%, con un margen operacional de 21,1%, una expansión de 858 puntos base con respecto al mismo periodo del año pasado, debido al mejor margen bruto y a una disminución del GAV/ingresos en 440 puntos base. Este resultado operacional fue impulsado, principalmente, por el segmento *directo-al-consumidor*, que reportó una ganancia operacional de MM \$14.564 en 4T21, un 172,0% más que el mismo periodo del año pasado, con una expansión de 1.185 puntos base de margen operacional, explicado por la mayor rentabilidad por metro cuadrado de nuestras tiendas y por la expansión de margen operacional también en nuestros sitios web. La ganancia operacional del segmento *wholesale*, en tanto, creció un 46,6% este trimestre. En 2021, el resultado operacional de Chile de MM \$49.062 (**el más alto de nuestra historia**) registró un alza de 624,1% y un margen operacional de 19,6%, el que aumentó en 1.514 puntos base, impulsado por la mejora en rentabilidad del segmento DTC y la disminución de GAV/Ingresos en 869 puntos base.

Los resultados operacionales por países son los siguientes:

- **Perú:** Registró un resultado operacional de MM \$1.024 este trimestre, con una caída de 6,6%, y un margen operacional de 15,5%, un deterioro de 176 puntos base, explicado por el segmento *wholesale*, que registró una pérdida operacional de MM \$-301, lo que incidió en el aumento del GAV/ingresos consolidados en 422 puntos base. Por otro lado, el segmento DTC también tuvo un aumento en los GAV/Ingresos por los mayores gastos en proyectos de digitalización y por la menor venta digital por el proceso de migración de plataforma. En 2021, el resultado operacional alcanzó MM \$1.966, con un margen operacional de 10,9%, mostrando una recuperación con respecto a 2020 de 675,3%.
- **Uruguay:** Reportó una ganancia operacional de MM \$476 este trimestre, un crecimiento de 215,8%, con un margen operacional de 8,3%, una expansión de 461 puntos base, explicado mayormente por la mejora en margen bruto, pero también por la reducción de 115 puntos base en el GAV/ingresos, gracias a la optimización de tiendas y el buen desempeño de la nueva marca MANGO. En 2021, el resultado operacional creció 258,4% y alcanzó MM \$908, con un margen operacional de 5,5%, una recuperación de 383 puntos base con respecto al 2020.
- **Colombia:** Colombia (Forus Colombia + UA Colombia) reportó una ganancia operacional de MM \$667, comparado con una pérdida operacional de MM \$23 registrada en 4T20, con una expansión de margen operacional de 1.561 puntos base. A su vez, se logró mejorar el

GAV/ingresos en 1.318 puntos base respecto al 4T20. Esto se explica por la incorporación de Under Armour, el crecimiento de ingresos de las otras marcas, la mayor variabilización de gastos y el cierre definitivo de tiendas poco rentables. En 2021, obtuvo un resultado operacional de MM \$398, el mejor desempeño en su historia, comparado con una pérdida de MM \$964 en 2020.

Resultado No Operacional

- **El Resultado No Operacional anotó una pérdida de MM -\$294 en 4T21, comparado con una pérdida de MM -\$2.823 en el mismo periodo del año pasado. En 2021, el Resultado No Operacional registró una ganancia de MM \$1.115.**

La menor pérdida del resultado no operacional de este trimestre se explica, principalmente, por el alza del dólar (de septiembre a diciembre en 2021), lo cual generó una ganancia en nuestras inversiones en esa moneda, registrada en la cuenta Diferencias de Cambio. Los ingresos financieros netos también presentaron una ganancia neta de MM \$451, comparado con una pérdida de MM -\$248 en 4T20, producto de una mayor rentabilidad de los fondos. Esto fue contrarrestado, en parte, por la cuenta Otras Ganancias y Pérdidas que registró una pérdida por MM \$1.939 para reflejar mayores provisiones para cierres de tiendas e indemnizaciones.

Utilidad y EBITDA

- **Forus reportó la mayor Ganancia trimestral de nuestra historia, al registrar MM \$13.887, con un crecimiento de 156,8% y un margen neto de 14,4%, una expansión de 634 puntos base. En 2021, también batimos nuestro récord de Ganancia anual, con MM \$39.385, lo que significó un alza de 767,8% con respecto al 2020, y con un margen neto de 13,4%.**

En 4T21, la Ganancia del Ejercicio es atribuible al Resultado Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$11.993 (86,4% de la Ganancia de Forus), mientras que las filiales, en su conjunto, contribuyeron con el 13,6% de la Ganancia consolidada. Es destacable que, este trimestre, las tres filiales obtuvieron una Utilidad Neta positiva.

En 2021, la Ganancia del Ejercicio es atribuible al Resultado Operacional y, en menor grado, al Resultado No Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$36.910 (93,7% de la Ganancia de Forus), mientras que las filiales, en su conjunto, contribuyeron con el 6,3% de la Ganancia consolidada. Es destacable que, este año, las tres filiales obtuvieron una Utilidad Neta positiva.

- **Forus reportó el mayor EBITDA trimestral y anual de su historia, al registrar MM \$25.560 en 4T21 y MM \$71.597 en 2021. El EBITDA trimestral creció 107,4% con un margen EBITDA de 26,4% y una expansión de 814 puntos base, mientras que el EBITDA de 2021 aumentó 189,1% con un margen EBITDA de 24,3% y una expansión de 1.087 puntos base.**

En 4T21, Chile aportó el 86,6% del EBITDA consolidado este trimestre, mientras que Perú contribuyó 7,3%; Colombia 3,1%; y Uruguay 3,0%.

En 2021, Chile aportó el 89,7% del EBITDA consolidado, mientras que Perú contribuyó 6,3%; Uruguay 2,7% y Colombia 1,3%.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Dic-2021 MM\$	Dic-2020 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	180.673	198.931	(18.258)	-9,2%
Activo No Corriente	92.184	97.449	(5.265)	-5,4%
Total Activos	272.857	296.380	(23.523)	-7,9%

El **Activo Corriente** disminuyó 9,2% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Inventarios* registró una disminución de MM \$23.576, a pesar del ingreso de la marca Under Armour a la Compañía; *Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar* aumentó en MM \$12.248, producto de los mayores ingresos por ventas del segmento *wholesale*; *Otros Activos Financieros* registró una disminución de MM \$6.987, usados para el pago de dividendos eventuales acordados por el Directorio en junio y septiembre; *Efectivo y Equivalentes al Efectivo* aumentó en MM \$6.771; y *Activos por Impuestos Corrientes* disminuyó en MM \$6.080 debido a los resultados del ejercicio.

El **Activo No Corriente** disminuyó 5,4% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Plantas y Equipos* de MM \$4.642 por la amortización y disminución en los derechos de arrendamientos debido a la conversión de parte de las tiendas a obligaciones variables y por el cierre de algunos locales comerciales.

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

	Dic-2021 MM\$	Dic-2020 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	64.460	37.774	26.685	70,6%
Pasivo No Corriente	15.202	25.714	(10.512)	-40,9%
Patrimonio	193.195	232.892	(39.696)	-17,0%
Total Patrimonio y Pasivos	272.857	296.380	(23.523)	-7,9%

El **Pasivo Corriente** aumentó 70,6% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otras Provisiones a Corto Plazo* aumentó MM \$10.023; *Pasivos por Impuestos Corrientes* aumentó MM \$8.998 por los buenos resultados del ejercicio; *Cuentas por Pagar Comerciales* aumentó MM \$6.680, principalmente por la adquisición de los inventarios y activos fijos de la marca Under Armour en Chile y en Colombia, que se incorporó en marzo y julio, respectivamente, a la Compañía.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, cayó -40,9%, principalmente por una disminución relevante en la cuenta de *Otros Pasivos Financieros* por MM \$10.533, asociada a las obligaciones por arrendamientos.

- **Patrimonio**

El saldo del Patrimonio al 31 de diciembre de 2021 y 31 de diciembre de 2020 se compone de la siguiente manera:

	Dic-2021	Dic-2020	Variación	
	MM\$	MM\$	MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	-
Otras Reservas	14.434	11.434	3.000	26,2%
Utilidades Acumuladas	153.796	196.544	(42.749)	-21,7%
Participaciones no Controladas	722	671	51	7,6%
Total Patrimonio	193.195	232.892	(39.698)	-17,0%

El **Patrimonio** presenta una disminución total de MM \$39.698 debido, principalmente, al pago de dividendos eventuales pagados y/o devengados por MM \$82.119, compensado en parte por el incremento de las utilidades del ejercicio. Las utilidades de la Compañía alcanzaron MM \$39.385 al cierre del año 2021.

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

	MM\$
Perú Forus S.A.	1.059
Uruforus S.A.	1.809
Forus Colombia S.A.S.	16
Under Armour Colombia S.A.S.	63
Lyfestyle Brands of Colombia	53
Total diferencias de conversión	3.000

Razones Financieras

- **Índices de Liquidez**

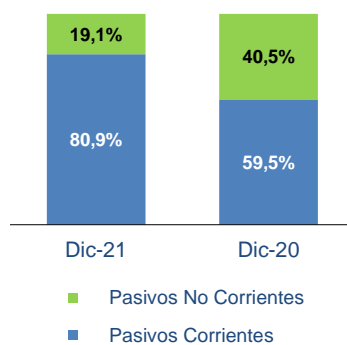
	Unidad	Dic-21	Dic-20	Variación
Liquidez corriente	veces	2,80	5,27	-2,47
Razón Ácida	veces	2,26	3,72	-1,46

Los índices de liquidez corriente y de razón ácida nos muestran una leve variación negativa respecto de diciembre 2020. Estas variaciones se explican por el pago de dividendos y también por el aumento de

los pasivos corrientes debido a la adquisición de los activos (inventarios y activos fijos) relacionados a la incorporación de la marca Under Armour en Chile y Colombia.

- **Índices de Endeudamiento**

	Unidad	Dic-21	Dic-20
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	80,9%	59,5%
Pasivos No Corrientes	%	19,1%	40,5%



	Unidad	Dic-21	Dic-20	Variación
Coefficiente endeudamiento	veces	0,41	0,27	0,14
Cobertura de Intereses	veces	45,04	11,75	33,29

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

	Unidad	Dic-21	Dic-20	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	14,4%	1,5%	12,9%
Rentabilidad s/Ventas	%	13,4%	2,5%	10,9%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	20,4%	1,9%	18,4%
Utilidad por Acción	\$	152,4	17,6	134,8

Respecto de la rentabilidad, la Compañía muestra una utilidad por acción de **\$152,4** y una variación positiva de \$134,8 en la utilidad por acción respecto del año anterior.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Dic-2021	Dic-2020	Variación
	MM\$	MM\$	MM\$
Flujos de Operaciones	98.640	44.826	53.814
Flujos de Inversión	6.212	(23.392)	29.604
Flujos de Financiamiento	(99.627)	(17.130)	(82.497)

Las **actividades de operaciones** generaron una variación positiva respecto del mismo período del año anterior por MM \$53.814, debido principalmente a mayores cobros provenientes de los crecientes ingresos de la Compañía, además de menores pagos asociados a adquisición de mercaderías.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$29.604, principalmente debido al rescate de inversiones en la cuenta Otros Activos Financieros para el pago de dividendos.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** se muestran más negativos respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$82.497, principalmente por el pago de dividendos eventuales y provisorios en junio, septiembre y noviembre de 2021 por MM \$75.542.

Análisis de Riesgo de Mercado

Riesgo regional: América Latina mostró señales de recuperación económica durante el cuarto trimestre del 2021, a pesar de la pandemia del COVID-19 que continúa afectando a la región. En Chile, la economía continuó su trayectoria de crecimiento doble-dígito, anotando un alza del IMACEC de 15,0% en octubre, 14,3% en noviembre y 10,1% en diciembre (PIB 4T21 estimado 12,6%), luego de haber anotado un crecimiento del PIB de 17,2% en 3T21. Las medidas económicas de apoyo a los hogares y empresas, junto con los retiros a los fondos de pensiones, contribuyeron al crecimiento económico, nuevamente, este trimestre. En diciembre, la confianza del consumidor registró 37,6 puntos, manteniéndose estable con respecto a septiembre (37,9 puntos), pero todavía en terreno negativo (50 es neutro). La tasa de desempleo nacional del trimestre móvil octubre-diciembre 2021 mejoró secuencialmente, registrando 7,2%, comparado a 8,4% en el periodo julio-septiembre. La tasa de inflación a doce meses en diciembre subió a 7,2%, aumentando respecto a septiembre (5,3%), y situándose como la cifra más alta en 14 años. El 19 de diciembre, Chile realizó la segunda vuelta de su contienda presidencial, donde salió electo Gabriel Boric, de la coalición Apruebo Dignidad. El Presidente-electo asumirá el 11 marzo del 2022. En **Uruguay** se estima que la economía se desaceleró levemente, con un crecimiento estimado del PIB de un 2,7% en 4T21, comparado con un crecimiento de 5,9% en 3T21 (en 4T20, el PIB se contrajo -2,9%). La confianza del consumidor registró su tercer mes consecutivo en terreno de moderado optimismo al registrar 51,3 puntos en diciembre (50 es neutro). El desempleo de diciembre fue 7,0%, una mejora con respecto a septiembre (9,4%). La economía de **Perú** creció 3,2% en 4T21, una desaceleración luego de haber crecido 11,4% en 3T21 (-1,6% en 4T20). La tasa de desempleo para el periodo trimestre móvil terminado en diciembre fue 7,8%, mostrando una mejora con respecto a septiembre (10,0%). La confianza empresarial registró 41,2 puntos en diciembre, una mejora comparada con septiembre (35 puntos), aunque todavía en terreno negativo (50 es neutro). Por último, la economía de **Colombia** se expandió 10,8% en 4T21, comparado con 13,2% en 3T21 (el PIB decreció -3,6% en 4T20). El desempleo (desestacionalizado) en diciembre fue de 12,3%, estable con respecto a septiembre (12,6%). El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) registró un -7 en diciembre, mostrando una leve caída con respecto a septiembre (-3).

Riesgo cambiario: El CLP/USD (precio cierre) al 31 de diciembre 2021 se depreció 19% respecto al 31 de diciembre 2020. El CLP/USD impacta el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. En este mismo periodo, el PEN de Perú se depreció (precio cierre) 10% contra el USD, el UYU de Uruguay se depreció 6% y el COP de Colombia se depreció 16%. La depreciación de las monedas locales de nuestras filiales contra el CLP reduce la contribución de las filiales al consolidar sus resultados en CLP.

Riesgo financiero: La Compañía sigue una política conservadora de manejo de caja, con fondos suficientes para financiar inversiones planificadas para 2022 y con un mínimo nivel de endeudamiento.

VII. Resumen Países

Ingresos (Millones Ch\$)

	4T21	4T20	Var %	Moneda Local	12M21	12M20	Var %	Moneda Local
Chile	79.670	54.997	44,9%	44,9%	249.768	150.523	65,9%	65,9%
Colombia	4.637	1.890	145,4%	140,5%	10.305	3.488	195,4%	207,0%
Perú	6.617	6.365	4,0%	6,2%	18.109	15.246	18,8%	33,2%
Uruguay	5.738	4.086	40,4%	33,6%	16.510	15.192	8,7%	16,0%
Total Filiales	16.992	12.341	37,7%		44.923	33.926	32,4%	

Ingresos (% total)

	4T21	4T20	12M21	12M20
Chile	82,4%	81,7%	84,8%	81,6%
Colombia	4,8%	2,8%	3,5%	1,9%
Perú	6,8%	9,5%	6,1%	8,3%
Uruguay	5,9%	6,1%	5,6%	8,2%
Total Filiales	17,6%	18,3%	15,2%	18,4%

Digital (% de la Venta)¹

	2021				2021
	1T	2T	3T	4T	12M
Chile	26%	48%	17%	20%	27%
Colombia	49%	57%	15%	21%	27%
Peru	29%	29%	22%	12%	21%
Uruguay	25%	34%	15%	14%	21%
Forus	27%	46%	17%	19%	26%

Número de Locales y Superficies²

	Dic. 2021		Dic. 2020		Var. 21/20	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	300	37.654	336	38.200	-36	-1,4%
Colombia	38	2.232	53	3.481	-15	-35,9%
Perú	49	4.170	62	5.171	-13	-19,4%
Uruguay	53	5.104	56	4.706	-3	8,5%
Total	440	49.160	507	51.558	-67	-4,7%

1. Digital (% de la Venta): Colombia incluye Forus Colombia y Under Armour.
2. Excluyendo las tiendas UA agregadas este año en Chile, Forus redujo su total de tiendas en 50 locales (neto) en los últimos 12 meses, lo que equivale a una reducción de 13,4% de su superficie de venta (en m2).

Sitios e-commerce, por país

Sitios e-commerce		
Chile		
		Sitio web
1	Cat	Cat.cl
2	Columbia	Columbia.cl
3	Merrell	Merrell.cl
4	Jansport	Jansport.cl
5	7veinte	7veinte.cl
6	Norseg	Norseg.cl
7	Zapatos	Zapatos.cl
8	Hush Puppies	HushPuppies.cl
9	Hush Puppies Kids	HushPuppiesKids.cl
10	Keds	Keds.cl
11	Mountain Hardwear	MountainHardwear.cl
12	Burton	Burton.cl
13	Azaleia	Azaleia.cl
14	Billabong	Billabong.cl
15	Rockford	Rockford.cl
16	B&S	Bsoul.com
17	Vans	Vans.cl
18	We Love Shoes	Weloveshoes.cl
19	Calpany	Calpany.cl
20	Under Armour	Underarmour.cl
21	Brooks	Brooks.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	Rockford	Rockford.com.uy
7	Jansport	Jansport.com.uy
8	Aldo	aldoshoes.com.uy
9	Forus	Forus.uy
Perú		
		Sitio web
1	Billabong	Billabong.pe
2	Columbia	Columbia.pe
3	Hush Puppies	Hushpuppies.pe
4	Rockford	Rockford.pe
5	Patagonia	Patagonia.pe
6	Supermall	Supermall.pe
7	Keds	Keds.pe
8	Jansport	Jansport.pe
Colombia		
		Sitio web
1	Cat	Catlifestyle.co
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.co
3	Merrell	Merrellcolombia.com
4	Under Armour	Underarmour.com.co
42	Total Forus S.A.	

Marketplaces, por país

Marketplaces	
Chile	
1	Dafiti
2	Mercado Libre
3	Mercado Ripley
4	Linio
5	Paris Marketplace
Uruguay	
1	Mercado Libre
Perú	
1	Juntoz
2	Mercado Libre
3	Linio
4	Mercado Ripley
5	Rappi
6	Cornershop
7	Takeit
Colombia	
1	Dafiti
2	Mercado Libre
3	Falabella Online

Movimientos de tiendas 4T21, por país

Aperturas					
País	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Uruguay					
	1	Mango	Montevideo Shopping	Montevideo	450
	1	Shoe Express	Plaza Italia	Montevideo	220
	2				670
Total	2				670

Cierres					
País	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Shoe Express	Paseo Estación II	Santiago	74
	1	Under Armour	Arica	Arica	184
	1	Hush Puppies	San Felipe	San Felipe	98
	1	Hush Puppies	San Antonio	San Antonio	70
	1	Azaleia	San Antonio	San Antonio	43
	1	We Love Shoes	Portal Talca	Talca	62
	1	D.House	Buenaventura	Santiago	696
	1	Funsport	Mall del Centro	Santiago	71
	1	Azaleia	Mall del Centro	Santiago	46
	1	Hush Puppies	Mall del Centro	Santiago	84
	1	Funsport	Arauco Maipu	Santiago	77
	1	Billabong	Mall Sport	Santiago	70
	1	Shoe Express	Linares	Linares	58
	1	Shoe Express	Los Andes	Los Andes	80
	1	Shoe Express	Puente Alto	Santiago	46
	1	Shoe Express	Mid Maipu	Santiago	220
	1	Shoe Express	Plaza Puente Alto	Santiago	81
	1	We Love Shoes	Arauco Maipu	Santiago	62
	18				2.121
Perú					
	1	Hush Puppies	Santa Anita	Lima	47
	1	Hush Puppies	Arequipa Center	Arequipa	65
	1	Factory Brands	Lambramani	Arequipa	161
	3				273
Colombia					
	1	Hush Puppies	Plaza Castillo	Cartagena	104
	1	D.House	Country	Bogotá	133
	1	CAT	Plaza Castillo	Cartagena	96
	1	CAT	Colina	Bogotá	77
	1	Merrell	Colina	Bogotá	72
	5				482
Total	26				2.875

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Oct-21 al 31-Dic-21)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	-18	-2.121
Perú	-3	-273
Uruguay	2	670
Colombia	-5	-482
Total	-24	-2.205

CHILE

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T21	% Ing.	4T20	% Ing.	Var. 21/20	4T19	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	61.672		45.500		35,5%	36.559		68,7%
Costos	(23.923)		(20.874)		14,6%	(16.919)		41,4%
Ganancia Bruta	37.749	61,2%	24.626	54,1%	53,3%	19.640	53,7%	92,2%
GAV	(23.185)	-37,6%	(19.272)	-42,4%	20,3%	(19.317)	-52,8%	20,0%
Resultado Operacional	14.564	23,6%	5.354	11,8%	172,0%	323	0,9%	4408,6%
EBITDA	18.311	29,7%	7.842	17,2%	133,5%	4.125	11,3%	343,9%

Wholesale

EERR	4T21	% Ing.	4T20	% Ing.	Var. 21/20	4T19	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	17.998		9.497		89,5%	7.395		143,4%
Costos	(11.409)		(5.814)		96,2%	(4.689)		143,3%
Ganancia Bruta	6.589	36,6%	3.683	38,8%	78,9%	2.706	36,6%	143,5%
GAV	(4.344)	-24,1%	(2.151)	-22,6%	102,0%	(2.401)	-32,5%	80,9%
Resultado Operacional	2.245	12,5%	1.532	16,1%	46,6%	304	4,1%	637,5%
EBITDA	3.828	21,3%	1.958	20,6%	95,5%	596	8,1%	542,5%

Total Chile

EERR	4T21	% Ing.	4T20	% Ing.	Var. 21/20	4T19	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	79.670		54.997		44,9%	43.954		81,3%
Costos	(35.332)		(26.689)		32,4%	(21.608)		63,5%
Ganancia Bruta	44.338	55,7%	28.308	51,5%	56,6%	22.346	50,8%	98,4%
GAV	(27.529)	-34,6%	(21.422)	-39,0%	28,5%	(21.718)	-49,4%	26,8%
Resultado Operacional	16.809	21,1%	6.886	12,5%	144,1%	627	1,4%	2578,9%
EBITDA	22.139	27,8%	9.800	17,8%	125,9%	4.720	10,7%	369,0%

CHILE (cont.)

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2021	% Ing.	2020	% Ing.	Var. 21/20	2019	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	194.140		116.908		66,1%	151.983		27,7%
Costos	(76.877)		(56.233)		36,7%	(69.301)		10,9%
Ganancia Bruta	117.263	60,4%	60.675	51,9%	93,3%	82.682	54,4%	41,8%
GAV	(79.222)	-40,8%	(60.735)	-52,0%	30,4%	(73.680)	-48,5%	7,5%
Resultado Operacional	38.041	19,6%	(60)	-0,1%	-63524,1%	9.002	5,9%	322,6%
EBITDA	50.573	26,0%	12.306	10,5%	311,0%	23.264	15,3%	117,4%

Wholesale

EERR	2021	% Ing.	2020	% Ing.	Var. 21/20	2019	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	55.628		33.615		65,5%	39.861		39,6%
Costos	(32.971)		(19.675)		67,6%	(21.929)		50,4%
Ganancia Bruta	22.657	40,7%	13.941	41,5%	62,5%	17.932	45,0%	26,4%
GAV	(11.636)	-20,9%	(7.105)	-21,1%	63,8%	(9.833)	-24,7%	18,3%
Resultado Operacional	11.021	19,8%	6.836	20,3%	61,2%	8.099	20,3%	36,1%
EBITDA	13.637	24,5%	8.130	24,2%	67,7%	9.085	22,8%	50,1%

Total Chile

EERR	2021	% Ing.	2020	% Ing.	Var. 21/20	2019	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	249.768		150.523		65,9%	191.844		30,2%
Costos	(109.847)		(75.907)		44,7%	(91.230)		20,4%
Ganancia Bruta	139.920	56,0%	74.616	49,6%	87,5%	100.614	52,4%	39,1%
GAV	(90.858)	-36,4%	(67.840)	-45,1%	33,9%	(83.513)	-43,5%	8,8%
Resultado Operacional	49.062	19,6%	6.776	4,5%	624,1%	17.101	8,9%	186,9%
EBITDA	64.210	25,7%	20.436	13,6%	214,2%	32.349	16,9%	98,5%

PERÚ

(Millones Ch.\$)

EERR	4T21	% Ing.	4T20	% Ing.	Var. 21/20	4T19	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	6.617		6.365		4,0%	6.320		4,7%
Costos	(2.876)		(2.923)		-1,6%	(2.842)		1,2%
Ganancia Bruta	3.742	56,5%	3.442	54,1%	8,7%	3.478	55,0%	7,6%
GAV	(2.718)	-41,1%	(2.346)	-36,9%	15,9%	(2.938)	-46,5%	-7,5%
Resultado Operacional	1.024	15,5%	1.096	17,2%	-6,6%	541	8,6%	89,3%
EBITDA	1.860	28,1%	1.839	28,9%	1,2%	1.431	22,6%	30,0%

(Millones Ch.\$)

EERR	2021	% Ingresos	2020	% Ingresos	Var. 21/20	2019	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	18.109		15.246		18,8%	20.735		-12,7%
Costos	(8.000)		(7.027)		13,8%	(9.453)		-15,4%
Ganancia Bruta	10.108	55,8%	8.219	53,9%	23,0%	11.282	54,4%	-10,4%
GAV	(8.142)	-45,0%	(7.965)	-52,2%	2,2%	(10.170)	-49,0%	-19,9%
Resultado Operacional	1.966	10,9%	254	1,7%	675,3%	1.112	5,4%	76,9%
EBITDA	4.483	24,8%	2.679	17,6%	67,3%	3.986	19,2%	12,5%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

EERR	4T21	% Ing.	4T20	% Ing.	Var. 21/20	4T19	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	5.738		4.086		40,4%	5.486		4,6%
Costos	(2.546)		(1.954)		30,3%	(2.439)		4,4%
Ganancia Bruta	3.192	55,6%	2.131	52,2%	49,8%	3.048	55,5%	4,7%
GAV	(2.716)	-47,3%	(1.981)	-48,5%	37,1%	(2.763)	-50,4%	-1,7%
Resultado Operacional	476	8,3%	151	3,7%	215,8%	284	5,2%	67,5%
EBITDA	777	13,5%	465	11,4%	67,0%	846	15,4%	-8,2%

(Millones Ch.\$)

EERR	2021	% Ingresos	2020	% Ingresos	Var. 21/20	2019	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	16.510		15.192		8,7%	20.284		-18,6%
Costos	(7.695)		(7.322)		5,1%	(9.246)		-16,8%
Ganancia Bruta	8.815	53,4%	7.870	51,8%	12,0%	11.038	54,4%	-20,1%
GAV	(7.907)	-47,9%	(7.617)	-50,1%	3,8%	(10.050)	-49,5%	-21,3%
Resultado Operacional	908	5,5%	253	1,7%	258,4%	988	4,9%	-8,1%
EBITDA	1.941	11,8%	1.688	11,1%	15,0%	2.629	13,0%	-26,2%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

EERR	4T21	% Ing.	4T20	% Ing.	Var. 21/20	4T19	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	4.637		1.890		145,4%	1.658		179,6%
Costos	(2.602)		(1.106)		135,2%	(692)		276,0%
Ganancia Bruta	2.035	43,9%	783	41,5%	159,8%	966	58,3%	110,6%
GAV	(1.368)	-29,5%	(807)	-42,7%	69,6%	(824)	-49,7%	66,0%
Resultado Operacional	667	14,4%	(23)	-1,2%	-2953,4%	142	8,6%	369,5%
EBITDA	784	16,9%	217	11,5%	260,5%	400	24,1%	96,2%

(Millones Ch.\$)

EERR	2021	% Ingresos	2020	% Ingresos	Var. 21/20	2019	% Ing.	Var. 21/19
Ingresos	10.305		3.488		195,4%	4.697		119,4%
Costos	(6.064)		(1.960)		209,4%	(2.383)		154,4%
Ganancia Bruta	4.240	41,1%	1.528	43,8%	177,6%	2.314	49,3%	83,3%
GAV	(3.843)	-37,3%	(2.491)	-71,4%	54,2%	(2.916)	-62,1%	31,8%
Resultado Operacional	398	3,9%	(964)	-27,6%	-141,2%	(603)	-12,8%	-166,0%
EBITDA	963	9,3%	(38)	-1,1%	-2631,9%	331	7,1%	190,7%

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Intermedios Consolidados
 31 de diciembre de 2021 y 2020

ACTIVOS

Activos Corrientes	Nota	2021 M\$	2020 M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	21.525.253	14.754.362
Otros activos financieros corrientes	(6)	89.137.797	96.124.676
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	1.896.161	2.527.383
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	33.219.846	20.972.275
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(14 a)	-	3.168
Inventarios	(15)	34.894.138	58.469.695
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	-	6.079.870
Total de activos corrientes		180.673.195	198.931.429
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	100.616	143.841
Derechos por cobrar no corrientes		443.777	476.201
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	(8)	2.058.093	1.844.469
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(9)	2.149.276	2.212.270
Plusvalía	(10)	4.450.923	5.832.083
Propiedades, plantas y equipos	(11)	78.399.985	83.042.406
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	4.581.198	3.897.685
Total de activos no corrientes		92.183.868	97.448.955
Total de Activos		272.857.063	296.380.384

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Intermedios Consolidados
 31 de diciembre de 2021 y 2020

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2021 M\$	2020 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(17)	12.994.126	12.920.026
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	17.062.584	10.382.008
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	(14 b)	550.525	893.913
Otras provisiones corrientes	(20)	14.602.782	4.579.428
Pasivos por impuestos corrientes	(12 b)	8.997.960	-
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	6.689.374	5.829.281
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	<u>3.562.437</u>	<u>3.169.683</u>
Total de pasivos corrientes		<u>64.459.788</u>	<u>37.774.339</u>
 Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17)	14.884.089	25.436.625
Otros pasivos no financieros no corrientes	(31)	<u>317.934</u>	<u>277.832</u>
Total de pasivos no corrientes		<u>15.202.023</u>	<u>25.714.457</u>
Total Pasivos		<u>79.661.811</u>	<u>63.488.796</u>
 Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		153.796.111	196.543.828
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	<u>(2.951.896)</u>	<u>(5.952.504)</u>
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>192.473.166</u>	<u>232.220.275</u>
Participaciones no controladoras	(18)	<u>722.086</u>	<u>671.313</u>
Patrimonio total		<u>193.195.252</u>	<u>232.891.588</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>272.857.063</u>	<u>296.380.384</u>

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

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

	Nota	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.01.2020 31.12.2020 M\$	01.09.2021 31.12.2021 M\$	01.09.2020 31.12.2020 M\$
Estados de Resultados Integrales					
Ingresos de actividades ordinarias		294.690.496	184.449.186	96.662.112	67.337.717
Costo de ventas	(15)	<u>(131.606.883)</u>	<u>(92.216.598)</u>	<u>(43.355.786)</u>	<u>(32.672.467)</u>
Ganancia bruta		<u>163.083.613</u>	<u>92.232.588</u>	<u>53.306.326</u>	<u>34.665.250</u>
Otros ingresos, por función	(26 a)	952.663	799.192	430.108	230.960
Costos de distribución		(2.818.622)	(2.477.999)	(668.432)	(853.300)
Gasto de administración	(23)	(107.893.817)	(83.435.789)	(33.624.539)	(25.702.130)
Otros gastos, por función	(26 b)	(281.360)	(212.808)	(85.397)	65.516
Otras ganancias (pérdidas)		(3.043.982)	(635.463)	(1.939.042)	(713.602)
Ingresos financieros		1.591.730	(58.569)	991.454	124.061
Costos financieros		(1.589.534)	(2.107.823)	(540.611)	(371.727)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	(8)	160.461	(47.238)	142.785	84.023
Diferencias de cambio	(24)	2.902.328	(1.035.915)	631.610	(3.037.637)
Resultados por unidades de reajuste	(25)	<u>422.200</u>	<u>669.577</u>	<u>75.372</u>	<u>795.443</u>
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		<u>53.485.680</u>	<u>3.689.753</u>	<u>18.719.634</u>	<u>5.286.857</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	<u>(14.100.315)</u>	<u>848.541</u>	<u>(4.833.004)</u>	<u>120.322</u>
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		<u>39.385.365</u>	<u>4.538.294</u>	<u>13.886.630</u>	<u>5.407.179</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		39.349.616	4.719.619	13.760.180	5.345.054
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	<u>35.749</u>	<u>(181.325)</u>	<u>126.450</u>	<u>62.125</u>
Ganancia		<u>39.385.365</u>	<u>4.538.294</u>	<u>13.886.630</u>	<u>5.407.179</u>
Ganancia por acción básica y diluida	(16 g)	\$ 152,3795	\$ 17,5584	\$ 53,7265	\$ 20,9200

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

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

	Nota	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.01.2020 31.12.2020 M\$	01.09.2021 31.12.2021 M\$	01.09.2020 31.12.2020 M\$
Otros Resultados Integrales					
Ganancia (pérdida)		39.385.365	4.538.294	13.886.630	5.407.179
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		3.000.608	(4.913.153)	989.541	(2.740.149)
Otro resultado integral Total		<u>3.000.608</u>	<u>(4.913.153)</u>	<u>989.541</u>	<u>(2.740.149)</u>
Resultado Integral Total		<u>42.385.973</u>	<u>(374.859)</u>	<u>14.876.171</u>	<u>2.667.030</u>
Resultados Atribuibles a					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		42.350.224	(193.534)	14.749.721	2.604.905
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(18)	35.749	(181.325)	126.450	62.125
Resultado Integral Total		<u>42.385.973</u>	<u>(374.859)</u>	<u>14.876.171</u>	<u>2.667.030</u>

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

FORUS S.A. Y AFILIADAS
Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
31 de diciembre de 2021 y 2020

	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 01.01.2021	24.242.787	17.386.164	(6.522.473)	569.969	(5.952.504)	196.543.828	232.220.275	671.313	232.891.588
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	39.349.616	39.349.616	35.749	39.385.365
Otro resultado integral	-	-	3.000.608	-	3.000.608	-	3.000.608	-	3.000.608
Resultado Integral	-	-	3.000.608	-	3.000.608	39.349.616	42.350.224	35.749	42.385.973
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(82.133.082)	(82.133.082)	-	(82.133.082)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	35.749	35.749	15.024	50.773
Total de cambios en patrimonio	-	-	3.000.608	-	3.000.608	(42.747.717)	(39.747.109)	50.773	(39.696.336)
Saldo final período actual 31.12.2021	24.242.787	17.386.164	(3.521.865)	569.969	(2.951.896)	153.796.111	192.473.166	722.086	193.195.252
Saldo inicial período actual 01.01.2020	24.242.787	17.386.164	(1.609.320)	569.969	(1.039.351)	193.569.192	234.158.792	930.723	235.089.515
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	4.719.619	4.719.619	(181.325)	4.538.294
Otro resultado integral	-	-	(4.913.153)	-	(4.913.153)	-	(4.913.153)	-	(4.913.153)
Resultado Integral	-	-	(4.913.153)	-	(4.913.153)	4.719.619	(193.534)	(181.325)	(374.859)
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(1.563.658)	(1.563.658)	-	(1.563.658)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	(181.325)	(181.325)	(78.085)	(259.410)
Total de cambios en patrimonio	-	-	(4.913.153)	-	(4.913.153)	2.974.636	(1.938.517)	(259.410)	(2.197.927)
Saldo final período actual 31.12.2020	24.242.787	17.386.164	(6.522.473)	569.969	(5.952.504)	196.543.828	232.220.275	671.313	232.891.588

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.01.2020 31.12.2020 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		334.639.126	212.529.365
Cobro procedente de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas		135.137	676.134
Otros cobros por actividades de operación		43.509	7.528
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(173.018.905)	(119.901.514)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(37.519.058)	(32.734.886)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas		(450.933)	(1.194.050)
Otros pagos por actividades de operación		(80.547)	(78.801)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>123.748.329</u>	<u>59.303.776</u>
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(6.192.221)	(3.424.604)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación		<u>(18.915.877)</u>	<u>(11.053.479)</u>
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>98.640.231</u>	<u>44.825.693</u>

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo
 Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.01.2020 31.12.2020 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión			
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios, clasificados como actividades de inversión		(868.876)	-
Otros pagos para adquirir patrimonio o instrumentos de deuda de otras entidades, clasificados como actividades de inversión		-	(3.526.168)
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(11)	(7.171.001)	(3.548.476)
Importes procedentes de ventas de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión		849	11.084
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(9)	(365.484)	(307.113)
Importes procedentes de activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		386.433	414.393
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(459.163)	(310.228)
Dividendos recibidos, clasificados como actividades de inversión		6	9
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		3.924	-
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión		14.685.260	(16.125.147)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>6.211.948</u>	<u>(23.391.646)</u>

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Flujo de Efectivo Intermedios Consolidados, Método Directo
 Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.01.2020 31.12.2020 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos de corto plazo		13.059.099	14.880.797
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(17.411.582)	(14.296.195)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(19.731.469)	(14.045.408)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16)	(75.542.091)	(3.618.566)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(1.361)	(50.449)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(99.627.404)</u>	<u>(17.129.821)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		5.224.775	4.304.226
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>1.546.116</u>	<u>(307.630)</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		<u>6.770.891</u>	<u>3.996.596</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		<u>14.754.362</u>	<u>10.757.766</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u><u>21.525.253</u></u>	<u><u>14.754.362</u></u>

Las notas adjuntas números 1 al 37 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

FORUS es una empresa chilena líder de *retail* omnicanal, enfocada en la experiencia del consumidor, conectando a las personas con las marcas que nos mueven. La empresa, que diseña, comercializa y distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y a la fecha cuenta con 440 tiendas y 42 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia y Uruguay. FORUS opera un portafolio de 27 marcas incluyendo CAT, Hush Puppies, Columbia, Merrell, Rockford, Azaleia, Vans y Under Armour, entre otras.

Dirección:

Av. Las Condes N° 11.281, Torre C.

Las Condes

Santiago, Chile

Contacto:

Isabel Darrigrandi

Gerente de Relación con Inversionistas

Teléfono: +56 (2) 2923-3035

Email: ir@forus.cl

Website:

www.forus.cl/inversionistas