

INFORME DE RESULTADOS

4T22

Marzo 2023

Compra online y retira en tienda • Listo a partir de 2 horas

encuentra tu tienda más cercana >



¿Qué buscas?



HOMBRE

MUJER

ACCESORIOS

ABOUT US

RKF&Friends

GIFTCARD

Jungle Sale

RKF NEW | ARRIVALS

ES HORA DE RENOVAR TU CLOSET

AW/23

VER TODO >



Calzado ITALIANO



CUERO GENUINO Y DURADERO

MOCASINES Y ZAPATOS

VER TODO >

NEW | IN Home

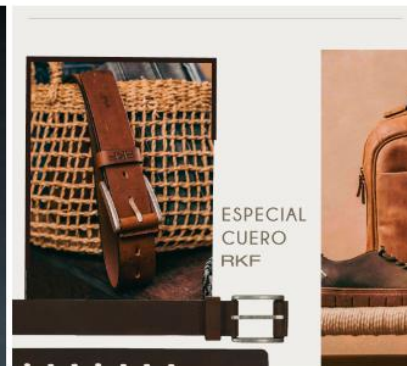
LLEVA LA NATURALEZA A TU HOGAR

VER TODO >

VOLVER
ARRIBA



@RKF.LIFE



ESPECIAL
CUERO
RKF



VOLVER
ARRIBA

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.....	9
VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....	15
VII. Resumen Países.....	20
VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados	32
- Estado Integral de Resultados Consolidados	34
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados	36
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados	37

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado el 3 de enero del 2023: \$855,86/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

Forus continúa validando su estrategia, de transformarse en una compañía cada vez más *phygital*, ágil y diversificada que constantemente está innovando para elevar la experiencia del consumidor, en forma rentable y sostenible. Tanto en este 4T22 como en el año 2022, los resultados fueron impulsados por nuestras filiales, que continuaron anotando récords en ventas y rentabilidad, y a su vez por Chile, que mostró un sólido desempeño considerando que enfrentó una altísima base de comparación. Forus reportó el segundo mejor 4T de nuestra historia, medido en Ingresos, EBITDA y Ganancia. Con esto, 2022 fue nuestro mejor año en ventas, con saludables márgenes que estuvieron muy en línea con 2018 (pre-pandemia y pre-estallido). Esto es notable si comparamos escenarios macro: en 2018 el dólar promedio fue \$642; la inflación, 2,6%; y el PIB 4,0%; mientras que en 2022 enfrentamos un dólar promedio de \$873, inflación de 12,8% y un PIB de 2,5% (estimado).

Nuestros Ingresos Consolidados alcanzaron MM \$87.407 en 4T22 y MM \$315.055 en 2022, una variación de -9,6% y +6,9%, respectivamente, y nuestra EBITDA registró MM \$18.167 en 4T22 y MM \$62.158 en 2022, con un margen EBITDA de 20,8% y 19,7%, respectivamente. La Ganancia, a su vez, fue de MM \$10.157 en 4T22 y \$31.543 en 2022, una variación de -26,9% y -19,9%, respectivamente, con un margen neto de 11,6% en 4T22 y 10,0% en 2022. La venta digital representó 18% del total consolidado (24% del DTC) en 2022. Se destaca el desempeño de nuestras tiendas, por el alto crecimiento en la venta por m2 en todos los países en que operamos: en 4T22 la venta por m2 consolidado aumentó 13,8% y en 2022 creció 25,9% (en CLP); en 2022 se destaca el crecimiento por m2 de las filiales, en su conjunto, de 72,6% y de Chile, de 14,2%.

Las filiales fueron un importante motor de crecimiento y rentabilidad todo el año: sus ingresos, en conjunto, aumentaron 37,4% en 4T22 y 75,3% en 2022, mientras que su EBITDA creció 41,0% en 4T22 y 111,7% en 2022, con márgenes de EBITDA de 20,7% y 19,9%, respectivamente. Destacamos que Perú, Colombia y Uruguay anotaron alzas en ingresos y EBITDA en cada trimestre del año. Esta trayectoria de crecimiento rentable es el resultado de i) la incorporación de nuevas marcas (UA en Colombia y Uruguay; MANGO en Uruguay); ii) la consolidación de nuestro negocio en Colombia, al adquirir la participación de WWW en el JV que teníamos en ese país; iii) el cierre de tiendas de bajo desempeño (71 cierres en 3 años); y iv) la continua inversión en personas, innovación y tecnología para potenciar nuestro modelo *phygital* en todos nuestros mercados. Con esto, las filiales aumentaron su nivel de importancia y peso dentro de Forus Consolidado, representando un 25,0% de los Ingresos Consolidados y un 25,2% del EBITDA de Forus en 2022, comparado con 15,2% y 10,3%, respectivamente, en 2021. La venta digital de las filiales representó un 15% del total de las filiales (20% del DTC) en 2022.

En Chile registramos ingresos por MM \$64.060 en 4T22 y MM \$236.287 en 2022, una variación de -19,6% y -5,4%, respectivamente. Este decrecimiento se explica por la desaceleración del consumo y la muy alta base de comparación asociado a los extraordinarios niveles de liquidez en 2021. Aun así, los ingresos de Chile en 4T22 y 2022 fueron los segundos mejores de nuestra historia, con sólidos márgenes de EBITDA: 20,8% en 4T22 y 19,7% en 2022. Estos resultados reflejan el liderazgo e innovación de nuestras marcas, nuestra mayor escala (UA y Vans), la optimización de tiendas (109 cierres en 3 años), la automatización del CD y digitalización de procesos, y la implementación de nuestro modelo *phygital*. La venta digital de Chile representó 19% del total de Chile (26% del DTC) en 2022.

Es importante destacar también que Forus, nuevamente, cerró el año con una sana posición financiera, con MM \$53.606 en caja y equivalentes (MM \$5.033 en deuda financiera neta negativa).

II. Resumen de Resultados Consolidados

Cuarto trimestre 2022

- **Los ingresos de las filiales crecieron 37,4% y representaron 26,7% del Ingreso Consolidado en 4T22. El EBITDA de las filiales aumentó 41,0% y representó 26,5% del EBITDA de Forus.**
- Ingresos Consolidados de MM \$87.407 decrecieron -9,6% en 4T22 (+41,2% comparado con 4T18).
- La Ganancia Bruta de MM \$47.644 en 4T22 disminuyó -10,6% (+44,5% vs. 4T18) con un margen bruto de 54,5%, un deterioro de -64 puntos base (+125 puntos base comparado con 4T18).
- El Resultado Operacional Ajustado de MM \$11.795 en 4T22 decreció -41,5% (+117,2% comparado con 4T18), con un margen operacional ajustado de 13,5%, un deterioro de -735 puntos base (+472 puntos bases vs. 4T18).
- El EBITDA de MM \$18.167 en 4T22 decreció -28,9% (+161,8% comparado con 4T18), con un margen de 20,8%, un deterioro de -566 puntos base (+958 puntos base vs. 4T18).
- La Ganancia de MM \$10.157 en 4T22 disminuyó -26,9% (+96,9% comparado con 4T18), con un margen neto de 11,6%, una contracción de -275 puntos base (+329 puntos base vs. 4T18).
- Los ingresos digitales decrecieron -11,9% y representaron 18% del total (22% del DTC).

Año 2022

- **Los ingresos de las filiales crecieron 75,3% y representaron 25,0% del Ingreso Consolidado en 2022. El EBITDA de las filiales aumentó 111,7% y representó 25,2% del EBITDA de Forus.**
- Los Ingresos Consolidados de MM \$315.055 en 2022 crecieron 6,9% (+27,2% vs. 2018), alcanzando un nuevo récord histórico.
- La Ganancia Bruta de MM \$171.412 en 2022 aumentó 5,1% (+26,2% vs. 2018). El margen bruto de 54,4% disminuyó -93 puntos base (-43 puntos base vs. 2018).
- El Resultado Operacional Ajustado de MM \$39.661 en 2022 decreció -25,9% (+24,4% vs. 2018), con un margen operacional ajustado de 12,6%, un deterioro de -557 puntos base (-28 puntos base vs. 2018).
- El EBITDA de MM \$62.158 en 2022 decreció -13,2% (+65,6% vs. 2018), con un margen de 19,7%, un deterioro de -457 puntos base (+457 puntos base vs. 2018).
- La Ganancia de MM \$31.543 en 2022 decreció -19,9% (+23,5% comparado con 2018), con un margen neto de 10,0%, un deterioro de -335 puntos base (-30 puntos base vs. 2018).
- Los ingresos digitales decrecieron -25,9% y representaron 18% del total (24% del DTC).

III. Hechos Relevantes del Periodo

Plan de optimización de tiendas: aperturas/cierres

A principios del 2020 comenzamos a implementar un plan para mejorar la rentabilidad de nuestras tiendas, cerrando locales de bajo desempeño y siendo muy selectivos al momento de abrir tiendas adicionales (la mayoría asociadas a marcas nuevas). En el 4T22 cerramos 11 tiendas y abrimos 4, terminando el año con 59 cierres y 8 aperturas. En total, desde que comenzamos este proceso hemos cerrado, a nivel consolidado, 180 tiendas desde enero 2020 (140 cierres, neto), lo que equivale a una reducción de 26% en el número total de tiendas de Forus (ver tabla). Con esta estrategia de optimización de tiendas, nos estamos transformando en una compañía más rentable, 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).

Forus Stores	2019	2020	2021	2022	Var.
Beginning of period	517	529	507	440	
Chile	341	345	336	300	
Subsidiaries	176	184	171	140	
Openings	35	8	24	8	40
Chile	22	6	18	3	27
Subsidiaries	13	2	6	5	13
Closures	-23	-30	-91	-59	-180
Chile	-18	-15	-54	-40	-109
Subsidiaries	-5	-15	-37	-19	-71
Openings/Closures, Net	12	-22	-67	-51	-140
Chile	4	-9	-36	-37	-82
Subsidiaries	8	-13	-31	-14	-58
End of period	529	507	440	389	-26%
Chile	345	336	300	263	-24%
Subsidiaries	184	171	140	126	-32%

Footwear News nombra a Merrell como Marca del Año 2022

En su prestigiosa gala *36ª Footwear News Achievement Awards* realizada, en noviembre 2022, frecuentemente llamado como “Los Premios Óscar del Calzado”, la reconocida revista *Footwear News*, nombró a Merrell como Marca del Año 2022. Merrell, que es conocida por tener los mejores productos de Trail y Hike, “se destaca por promover una visión diversa e inclusiva del aire libre, ayudando a que disfrutar el *outdoors* sea más accesible para todos”, dice la revista.

Hechos Posteriores al Periodo

Marca Columbia entra a Forus Colombia

En enero 2023 Forus Colombia comenzó a operar oficialmente como distribuidor exclusivo de **Columbia**, marca que se ha convertido en líder global por su pasión por el *outdoors* y su espíritu innovador, fabricando ropa, calzado y accesorios con tecnologías exclusivas. Con este acuerdo, Forus es el representante exclusivo de la marca Columbia en los 4 países donde operamos: Chile, Perú, Uruguay y, ahora, Colombia. Primero lanzamos el sitio de e-commerce www.columbia.com.co y en febrero 2023 inauguramos dos tiendas Columbia, ambas en Bogotá. Nuestro plan es abrir aproximadamente 10 tiendas Columbia en los próximos tres años en el país y comercializar la marca a través de todo nuestro ecosistema *phygital*: tiendas propias, e-commerce, *marketplaces* de terceros y *wholesale*. “Enjoy the outdoors longer”.

Marca BSoul entra a Perú

En enero se lanza **BSoul** en Perú, nuestra marca propia de *activewear* que incentiva la vida sana, el autocuidado y celebra la paz interior. Nuestros clientes en Perú ahora pueden vitrinear y comprar en www.bsoul.pe y también en nuestra primera tienda *pop up* BSoul en el país, ubicada en el Boulevard de Asia, al sur de Lima. Nuestro plan es comercializar la marca a través de todo nuestro ecosistema *phygital*: tiendas propias, e-commerce, *marketplaces* de terceros y *wholesale*.

IV. Resultados Integrales

Cuarto trimestre:

	4T22		4T21		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	87.406.751		96.662.112		-9,6%
Costos de ventas	(39.762.533)	-45,5%	(43.355.786)	-44,9%	-8,3%
Ganancia Bruta	47.644.218	54,5%	53.306.326	55,1%	-10,6%
Costos de distribución	(1.257.277)	-1,4%	(668.432)	-0,7%	88,1%
Gastos de administración	(42.241.672)	-48,3%	(33.624.539)	-34,8%	25,6%
Gastos de administración y ventas	(43.498.949)	-49,8%	(34.292.971)	-35,5%	26,8%
Resultado Operacional	4.145.269	4,7%	19.013.355	19,7%	-78,2%
Resultado Operacional Ajustado*	11.795.283	13,5%	20.146.249	20,8%	-41,5%
Otros Ingresos, por función	646.622		430.108		50,3%
Otros Gastos, por función	(83.729)		(85.397)		-2,0%
Ingresos financieros	1.476.373		991.454		48,9%
Costos financieros	(896.165)		(540.611)		65,8%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		142.785		-100,0%
Diferencias de cambio	(3.351.726)		631.610		-630,7%
Resultados por unidades de reajuste	795.553		75.372		955,5%
Otras ganancias y pérdidas	4.612.412		(1.939.042)		-337,9%
Resultado No Operacional	3.199.340	3,7%	(293.721)	-0,3%	-1189,2%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	7.344.609	8,4%	18.719.634	19,4%	-60,8%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	2.812.722		(4.833.004)		-158,2%
Ganancia (pérdida)	10.157.331	11,6%	13.886.630	14,4%	-26,9%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	10.157.266		13.760.180		-26,2%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	65		126.450		-99,9%
Ganancia (pérdida)	10.157.331	11,6%	13.886.630	14,4%	-26,9%
EBITDA	18.167.288	20,8%	25.560.040	26,4%	-28,9%

* Excluye gastos no recurrentes por deterioro de plusvalía y otros intangibles de M\$ 7.650.014 y M\$ 1.132.894 en 4T22 y 4T21, respectivamente. Ver más detalles en los EE.FF. en las Notas 9, 10 y 23.

Años 2022 y 2021:

	2022		2021		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	315.055.264		294.690.496		6,9%
Costos de ventas	(143.643.087)	-45,6%	(131.606.883)	-44,7%	9,1%
Ganancia Bruta	171.412.177	54,4%	163.083.613	55,3%	5,1%
Costos de distribución	(3.602.452)	-1,1%	(2.818.622)	-1,0%	27,8%
Gastos de administración	(135.799.063)	-43,1%	(107.893.817)	-36,6%	25,9%
Gastos de administración y ventas	(139.401.515)	-44,2%	(110.712.439)	-37,6%	25,9%
Resultado Operacional	32.010.662	10,2%	52.371.174	17,8%	-38,9%
Resultado Operacional Ajustado*	39.660.676	12,6%	53.504.068	18,2%	-25,9%
Otros Ingresos, por función	1.713.045		952.663		79,8%
Otros Gastos, por función	(575.420)		(281.360)		104,5%
Ingresos financieros	(347.070)		1.591.730		-121,8%
Costos financieros	(2.388.418)		(1.589.534)		50,3%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		160.461		-100,0%
Diferencias de cambio	(763.095)		2.902.328		-126,3%
Resultados por unidades de reajuste	1.820.696		422.200		331,2%
Otras ganancias y pérdidas	4.503.280		(3.043.982)		-247,9%
Resultado No Operacional	3.963.018	1,3%	1.114.506	0,4%	255,6%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	35.973.680	11,4%	53.485.680	18,1%	-32,7%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(4.430.748)		(14.100.315)		-68,6%
Ganancia (pérdida)	31.542.932	10,0%	39.385.365	13,4%	-19,9%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	31.542.741		39.349.616		-19,8%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	191		35.749		-99,5%
Ganancia (pérdida)	31.542.932	10,0%	39.385.365	13,4%	-19,9%
EBITDA	62.158.189	19,7%	71.596.823	24,3%	-13,2%

* Excluye gastos no recurrentes por deterioro de plusvalía y otros intangibles de M\$ 7.650.014 y M\$ 1.132.894 en 2022 y 2021, respectivamente. Ver más detalles en los EE.FF. en las Notas 9, 10 y 23.

Años 2022 y 2018 (pre-pandemia y pre-estallido social):

	2022 M\$	% Ing.	2018 M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	315.055.264		247.711.908		27,2%
Costos de ventas	(143.643.087)	-45,6%	(111.862.334)	-45,2%	28,4%
Ganancia Bruta	171.412.177	54,4%	135.849.574	54,8%	26,2%
Costos de distribución	(3.602.452)	-1,1%	(2.859.732)	-1,2%	26,0%
Gastos de administración	(135.799.063)	-43,1%	(101.745.240)	-41,1%	33,5%
Gastos de administración y ventas	(139.401.515)	-44,2%	(104.604.972)	-42,2%	33,3%
Resultado Operacional	32.010.662	10,2%	31.244.602	12,6%	2,5%
Resultado Operacional Ajustado*	39.660.676	12,6%	31.871.056	12,9%	24,4%
Otros Ingresos, por función	1.713.045		411.947		315,8%
Otros Gastos, por función	(575.420)		(83.909)		585,8%
Ingresos financieros	(347.070)		1.207.960		-128,7%
Costos financieros	(2.388.418)		(403.611)		491,8%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		(257.584)		-100,0%
Diferencias de cambio	(763.095)		1.729.477		-144,1%
Resultados por unidades de reajuste	1.820.696		42.186		4215,9%
Otras ganancias y pérdidas	4.503.280		578.097		679,0%
Resultado No Operacional	3.963.018	1,3%	3.224.563	1,3%	22,9%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	35.973.680	11,4%	34.469.165	13,9%	4,4%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(4.430.748)		(8.918.974)		-50,3%
Ganancia (pérdida)	31.542.932	10,0%	25.550.191	10,3%	23,5%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	31.542.741		25.587.975		23,3%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	191		(37.784)		-100,5%
Ganancia (pérdida)	31.542.932	10,0%	25.550.191	10,3%	23,5%
EBITDA	62.158.189	19,7%	37.541.362	15,2%	65,6%

* Excluye gastos no recurrentes por deterioro de plusvalía y otros intangibles de M\$ 7.650.014 y M\$ 626 en 2022 y 2018, respectivamente. Ver más detalles en los EE.FF. en las Notas 9, 10 y 23.

V. Análisis de Resultados Consolidados

Resultado Operacional

- **Forus registró Ingresos Consolidados por MM \$87.407 y MM \$315.055 en 4T22 y 2022, respectivamente. Los ingresos de 2022 crecieron 6,9%, anotando un nuevo récord histórico.**

En 4T22 y 2022, cada una de nuestras filiales se destacó por el robusto crecimiento de sus ingresos y mayor rentabilidad. De hecho, 2022 fue el mejor año de la historia de cada una de nuestras filiales, tanto en ingresos, ganancia bruta, resultado operacional y EBITDA. Asimismo, el 4T22 fue el mejor trimestre de la historia, también en ventas y rentabilidad, para Perú y Colombia (y fue el mejor 4T de la historia de Uruguay, cuya estacionalidad favorece los 2T). En su conjunto, las filiales anotaron ingresos por MM \$23.347 en 4T22 y MM \$78.769 en 2022, lo que representó tasas de crecimiento de 37,4% y 75,3%, respectivamente. Con esto, las filiales, aumentaron su participación en los ingresos totales de Forus: 26,7% en 4T22 (comparado con 17,6% en 4T21) y un 25,0% en 2022 (15,2% en 2021). Esta trayectoria de mayor crecimiento y rentabilidad en las filiales ha sido impulsada, principalmente, por i) la incorporación de nuevas marcas (UA en Colombia y Uruguay; MANGO en Uruguay); ii) la consolidación de nuestro negocio en Colombia, al adquirir la participación de WWW en el JV que teníamos en ese país; iii) el cierre de tiendas de bajo desempeño (en 2022 la superficie de venta de filiales disminuyó -9,0% y la venta por m2 aumentó +72,6%); y iv) la continua inversión en personas, infraestructura y tecnología para potenciar nuestro modelo *phygital* en todos nuestros mercados. Destacamos también que la venta digital de las filiales creció 41,7% en 4T22 y 20,3% en 2022. Como resultado, la venta digital de las filiales representó un 15% del total (y 20% del DTC) en 4T22 y 2022.

En Chile registramos ingresos por MM \$64.060 en 4T22 y MM \$236.287 en 2022, lo que representó una variación de -19,6% y -5,4%, respectivamente. Este decrecimiento se explica, principalmente, por la desaceleración del consumo y la muy alta base de comparación, dado que los elevados niveles de liquidez que energizaron el consumo en 2021 volvieron a normalizarse, y paralelamente, el consumidor enfrentó mayor inflación este año (12,8% acumulado 2022) que afectó su poder adquisitivo. Aun así, los ingresos de Chile en 4T22 y 2022 fueron los segundos mejores de nuestra historia. El segmento *wholesale* anotó ingresos por MM \$10.530 en 4T22 y MM \$60.585 en 2022, lo que representó una variación de -41,5% y +8,9%, respectivamente. La caída este trimestre se explica por la muy alta base de comparación (4T21 fue récord histórico) y por los altos niveles de inventario de algunos clientes mayoristas, los cuales postergaron entregas. El segmento directo al consumidor (DTC), que incluye nuestras tiendas, sitios web propios y la venta en marketplaces de terceros, registró ingresos por MM \$53.530 en 4T22 y MM \$175.701 en 2022, una variación de -13,2% y -9,5%, respectivamente. Dentro del segmento DTC, la venta presencial decreció -10,7% en 4T22 y representó 64% del ingreso de Chile, mientras que para el año 2022, los ingresos de las tiendas anotaron un alza de 2,9% y representaron un 55% del total. En 4T22 cerramos 3 tiendas, netas (4 cierres y una apertura)

para terminar 2022 con un total de 37 cierres, netos (40 cierres + 3 aperturas). Como resultado, finalizamos el año con un -18,6% menos de superficie de venta y la venta por m2 aumentó 14,2% con respecto a 2021. Destacamos, además, que la venta digital de Chile representó un 20% de los ingresos totales de Chile (23% del DTC) en 4T22 y un 19% del total (26% del DTC) en 2022.

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

- En **Perú** la venta creció 28,3% en 4T22 (12,7% en moneda local) y 52,3% en 2022 (31,0% en moneda local). En 4T22 el crecimiento fue impulsado por el segmento *directo al consumidor* (84% de los ingresos de Perú), que aumentó 22,9%; por el segmento *wholesale* (16% de los ingresos) que aumentó 67,1%; y por la apreciación del PEN contra el CLP, que aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar nuestros resultados. Dentro del segmento DTC, la venta presencial (72% de los ingresos) creció 23,8% en 4T22, impulsado por la venta por m2 que aumentó 28,0% (12,9% en moneda local), gracias a una efectiva optimización de tiendas y gestión de colecciones/precios. El SSS de Perú en 4T22 fue 9,7% (moneda local). En el periodo de los últimos doce meses a diciembre 2022, abrimos 1 tienda, neta (3 aperturas + 2 cierres), lo que equivale a un aumento de 1,9% en la superficie de venta. La venta digital, a su vez, volvió a crecer este trimestre (+17,1%) y representó un 11% del total (13% de DTC) en 4T14, mientras que en 2022 la venta digital representó 12% del total (14% de DTC).
- En **Uruguay** los ingresos crecieron 31,2% en 4T22 (8,6% en moneda local) y 61,0% en 2022 (31,6% en moneda local). Este crecimiento fue impulsado, en parte, por las dos marcas que agregamos en Uruguay: MANGO en noviembre 2021 y Under Armour en marzo 2022. En 4T22 el segmento *directo al consumidor* (93% de los ingresos de Uruguay), registró un crecimiento de 23,3% en ingresos y el segmento *wholesale* (7% de los ingresos) anotó un aumento de 940,0%. Este trimestre la apreciación del UYU contra el CLP también aumentó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. Dentro del segmento DTC, nuestro canal digital creció 59,6% y representó 17% del total de ingresos de Uruguay (18% del DTC) en 4T22. En 2022 la venta digital representó 18% del total (20% del DTC). La venta presencial en 4T22 (77% de los ingresos) creció 17,5% con un aumento en la venta por m2 de 26,6% (1,5% en moneda local). El SSS de Uruguay en 4T22 fue 2,7% (en moneda local). A diciembre 2022, Uruguay cerró 11 tiendas, netas: 13 cierres y 2 aperturas, incluyendo 4 tiendas que cerramos temporalmente por incendio y que tenemos la intención de reabrir cuando se rehabilite el centro comercial. Por lo tanto, la superficie de ventas disminuyó 16,3% en los últimos 12 meses.
- En **Colombia**, las ventas aumentaron 58,2% en 4T22 (84,6% en moneda local) y 138,8% en 2022 (140,7% en moneda local). En 4T22 el crecimiento fue impulsado por la consolidación de LBC (enero 2022) luego de adquirir la participación de Wolverine Worldwide en el joint-venture que mantuvimos en ese país y por el buen desempeño de nuestras marcas. Esto fue contrarrestado, en parte, por la depreciación del COP contra el CLP, lo que disminuyó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. El segmento *directo al consumidor* (55% de los

ingresos de Colombia) creció 87,0% este trimestre. El canal presencial creció 118,1%, producto de la consolidación de LBC y también por la venta por m² que aumentó 14,9% (32,2% en moneda local) con un SSS de 24,2%. El canal digital registró un alza de 47,8%. El canal digital representó 19% de la venta de Colombia (35% del DTC) este trimestre y 16% de la venta en 2022 (31% del DTC). A diciembre 2022, Colombia cerró 4 tiendas, netas (4 cierres, 0 aperturas) en los últimos 12 meses, lo que equivale a un 12,6% menos de superficie de venta. El segmento *wholesale* (45% de los ingresos) registró un alza de 33,0%, explicado por el crecimiento de nuestras marcas en este canal, gracias a las sinergias con Under Armour, que incorporamos en julio de 2021.

- **La Ganancia Bruta de MM \$47.644 decreció -10,6% en el 4T22 y el margen bruto alcanzó 54,5%, un deterioro de 64 puntos base. En 2022 la Ganancia Bruta de MM \$171.412 aumentó 5,1% y el margen bruto alcanzó 54,4%, un deterioro de 93 puntos base.**

En Chile, la ganancia bruta presentó una variación de -20,9% en 4T22 y -7,7% en 2022, con un margen bruto de 54,7% tanto para 4T22 como para 2022, lo que significó un deterioro de -91 puntos base comparado con 4T21 y de -135 puntos base comparado con 2021. Este trimestre, el principal desafío a nivel de costos fue el mayor dólar promedio para la colección primavera/verano 2022, que fue un 16,8% más alto que el dólar promedio para esa temporada del año anterior. Mitigamos, en parte, el impacto del dólar en nuestros costos con gestión de precios y descuentos acotados, además de una disminución en los costos de flete. Gracias a esto, el segmento DTC registró un margen bruto de 58,3%, un deterioro de sólo -287 puntos base sobre una muy alta base de comparación. El segmento *wholesale*, a su vez, anotó un margen bruto de 36,4%, una contracción de -20 puntos base. El *mix* de canales de venta también ayudó a mitigar el deterioro del margen bruto de Chile en 4T22: DTC, que tiene estructuralmente un mayor margen bruto que *wholesale*, pesó 84% de la venta este trimestre, comparado con 77% en 4T21.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, aumentó 40,3% en 4T22 y 82,4% en 2022, con un margen bruto de 53,9% en 4T22 (+110 puntos base vs 4T21) y de 53,6% en 2022 (+207 puntos base vs. 2021). Cada una de las filiales registró un crecimiento en su ganancia bruta y una expansión de su margen bruto en 2022. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** En 4T22 la ganancia bruta creció 33,6% y el margen bruto de 58,9% aumentó 234 puntos base, mientras que en 2022 la ganancia bruta aumentó 62,4% y el margen bruto de 59,5% se expandió en 370 puntos base, gracias a una buena gestión inventarios y precios. El segmento DTC anotó en 4T22 un margen bruto de 62,3%, con una expansión de 162 puntos base, y el segmento *wholesale* registró un margen bruto de 40,9%, que representó una recuperación de 1.399 puntos base (el año anterior castigamos unos inventarios escolares).

- **Uruguay:** En 4T22 la ganancia bruta aumentó 36,6% y el margen bruto de 57,9% se expandió 229 puntos base, mientras que en 2022 la ganancia bruta creció 70,2% con un margen bruto de 56,5%, un aumento de 307 puntos base, impulsado por una buena gestión de colecciones y precios. En 4T22, los segmentos DTC y *wholesale* registraron expansiones de 334 y 478 puntos base, respectivamente.
- **Colombia:** En 4T22 la ganancia bruta creció 58,4% y el margen bruto de 43,9% aumentó 6 puntos base, mientras que en 2022 la ganancia bruta aumentó 155,1% y el margen bruto de 44,0% presentó un alza de 282 puntos base, impulsado por una buena gestión de colecciones y precios, y la consolidación de las marcas de LBC. Este trimestre el segmento DTC anotó un margen bruto de 57,0%, una expansión de 210 puntos base. El segmento *wholesale* registró un margen bruto de 27,9%, un deterioro de 635 puntos base, explicado por el impacto de la abrupta depreciación del COP/USD en precios fijados con anterioridad.
- **En 4T22 el Resultado Operacional de MM \$4.145 disminuyó -78,2%, con un margen operacional de 4,7%. Si excluimos gastos no recurrentes por deterioro de plusvalía y otros intangibles, el Resultado Operacional Ajustado en 4T22 decrece -41,5%, con un margen operacional ajustado de 13,5%, y en 2022 disminuye -25,9% con un margen operacional ajustado de 12,6%.**

En 4T22 y 2022 la caída del Resultado Operacional consolidado se explica por el desempeño de Chile, aunque éste fue parcialmente mitigado por el positivo resultado de las filiales. En Chile en 4T22 registramos un Resultado Operacional de MM \$157, un 99,1% menos que el mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 0,2%. El gasto operacional de Chile este trimestre subió 26,8%, principalmente porque reconocimos un deterioro de plusvalía y otros intangibles, asociado a: i) algunas sociedades y marcas comerciales, ii) el *goodwill* generado en la adquisición de la participación de Wolverine Worldwide en LBC (detalles en Nota 9, 10 y 23 de los Estados Financieros IFRS). Si excluimos este gasto no recurrente por deterioro, el GAV de Chile sube solamente 3,3% este trimestre, muy por debajo de la inflación anual de 12,8%, por lo que el margen operacional ajustado de Chile alcanzó 12,2% en 4T22. Esto indica que en Chile mantuvimos el gasto controlado este trimestre, gracias a las diversas medidas que hemos estado implementando en los últimos años para reducir, y variabilizar, el gasto, incluyendo el cierre de tiendas poco rentables, la automatización del CD con el Forus Bee y la digitalización de procesos, entre otros.

En 4T22 las filiales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$3.988, con un crecimiento de 81,0%, un margen operacional de 17,1% y una expansión de 411 puntos base. En 2022 el Resultado Operacional de las filiales creció 234,3% y alcanzó MM \$11.063 con un margen operacional de 14,0%, una expansión de 668 puntos base. En 4T22 este mayor margen operacional fue mayormente impulsado por Perú y Uruguay, que registraron una fuerte expansión en su margen bruto y una notable mejora en su GAV/ingresos. Esta tendencia hacia una mayor rentabilidad

operacional de las filiales, que hemos registrado todo el año, se debe a una mayor escala del negocio, el cierre de tiendas de bajo desempeño y la digitalización de procesos internos, entre otros factores.

Los resultados operacionales por países son los siguientes:

- **Perú:** En 4T22 el resultado operacional aumentó 77,4% para alcanzar MM \$1.817, con un margen operacional de 21,4%, una expansión 593 puntos base. En 2022 el resultado operacional aumentó 152,5% para alcanzar MM \$4.965, con un margen operacional de 18,0%, una expansión 714 puntos base. En 4T22 este resultado se explica por el incremento del margen bruto en 234 puntos base y una mejora en el GAV/ingresos de 359 puntos base, explicado por dilución de gastos fijos y mayores eficiencias. El resultado operacional del segmento DTC registró un crecimiento de 22,7% con un margen operacional de 22,8%. El segmento *wholesale* anotó una ganancia operacional este trimestre: MM \$191, comparado con una pérdida de MM \$301 en el mismo periodo del año pasado.
- **Uruguay:** En 4T22 la ganancia operacional registró MM \$1.040, un alza de 118,4%, con un margen operacional de 13,8%, que representa una expansión de 552 puntos base. En 2022 el resultado operacional aumentó 213,3% para alcanzar MM \$2.844, con un margen operacional de 10,7%, una expansión 520 puntos base. En 4T22 este resultado fue producto de la expansión de margen bruto de 229 puntos base y por la disminución del GAV/ingresos de 323 puntos base. La mejor métrica de gasto se explica por la mayor escala del negocio después de incorporar nuevas marcas (Under Armour y MANGO), el crecimiento de otras marcas y el cierre de tiendas poco rentables. En 4T22 el resultado operacional del segmento DTC creció 133,6% con un margen operacional de 15,4%, mientras que el segmento *wholesale* anotó una pequeña pérdida operacional de MM -\$40, comparado con una ganancia operacional de MM \$14 en 4T21.
- **Colombia:** En 4T22 la ganancia operacional de MM \$1.132 registró un alza de 60,8%, con un margen operacional de 15,4%, una expansión de 25 puntos base. En 2022 el resultado operacional de MM \$3.255 anotó un crecimiento de 647,7%, con un margen operacional de 13,2%, una expansión de 900 puntos base. En 4T22 el resultado es explicado por la expansión de margen bruto de 6 puntos base y la mejora del GAV/ingresos de 19 puntos base. En 4T22 el GAV del segmento DTC registró un alza de 110,1%, mientras que el GAV del segmento *wholesale* decreció -73,2%, principalmente por un ajuste de asignación de gastos corporativos al finalizar el año.

Resultado No Operacional

- **El Resultado No Operacional alcanzó MM \$3.199 en 4T22 (comparado con una pérdida de MM \$294 en 4T21) y MM \$3.963 en 2022, un alza de 255,6%.**

En 4T22 la ganancia en el Resultado No Operacional se explica, principalmente, por la cuenta Otras Ganancias y Pérdidas, que registró una ganancia por MM \$4.612, comparado con una pérdida por

MM \$1.939 en 4T21. Esta ganancia es el resultado de i) una plusvalía con cargo a resultados que se generó este trimestre por la adquisición de la participación de WWW en el *joint venture* que teníamos en Colombia, por la revalorización del 49% de participación que teníamos en la filial LBC y ii) menores provisiones de obsolescencia de inventarios, entre otros. La cuenta Resultados por Unidades de Reajuste, a su vez, anotó una ganancia de MM \$796, un crecimiento de 955,5%, explicado por el impacto de la inflación en activos indexadas a la U.F. Los Ingresos/Costos Financieros netos, y Otros Ingresos/Gastos netos, también presentaron mayores ganancias este trimestre. La cuenta Diferencias de Cambio, sin embargo, generó una pérdida de MM -\$3.352 este trimestre, comparado con una ganancia de MM \$632 el mismo periodo del año pasado.

Utilidad y EBITDA

- **En 4T22 Forus reportó una Ganancia de MM \$10.157, un decrecimiento de -26,9%, con un margen neto de 11,6%, un deterioro de -275 puntos base. En 2022 Forus reportó una Ganancia de MM \$31.543, un decrecimiento de -19,9%, con un margen neto de 10,0%, un deterioro de -335 puntos base.**

En 4T22, la Ganancia del Ejercicio es atribuible al Resultado Operacional y al No Operacional, mientras que en 2022 es mayormente atribuible al Resultado Operacional. En 4T22 Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$7.709 (75,9% de la Ganancia de Forus), mientras que las filiales, en su conjunto, contribuyeron con el 24,1% de la Ganancia consolidada. En 2022 Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$24.526 (77,8% de la Ganancia de Forus), mientras que las filiales, en su conjunto, contribuyeron con el 22,2% de la Ganancia consolidada. Destacamos que las filiales reportaron una Utilidad Neta de MM \$2.448 en 4T22 y MM \$7.016 en 2022, lo que representó tasas de crecimiento de 39,8% y 41,0%, respectivamente.

- **En 4T22 el EBITDA de Forus registró MM \$18.167, una disminución de -28,9% con un margen EBITDA de 20,8% y un deterioro de -566 puntos base. En 2022 el EBITDA de Forus registró MM \$62.158, una disminución de -13,2% con un margen EBITDA de 19,7% y un deterioro de -457 puntos base.**

En 4T22 Chile aportó el 73,5% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 26,5%, donde Perú contribuyó 13,0%; Colombia, 7,4%; y Uruguay, 6,1%. El EBITDA de las filiales este trimestre creció 41,0%.

En 2022 Chile aportó el 74,8% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron con el 25,2%, donde Perú contribuyó 11,9%; Colombia, 7,1%; y Uruguay, 6,1%. El EBITDA de las filiales en 2022 aumentó 111,7%.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Dic-2022 MM\$	Dic-2021 MM\$	Variación MM\$	%
Activo Corriente	191.928	180.673	11.255	6,2%
Activo No Corriente	95.693	92.184	3.509	3,8%
Total Activos	287.621	272.857	14.764	5,4%

El **Activo Corriente** aumentó 6,2% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Otros Activos Financieros*, que disminuyó en MM \$62.383, usados para la adquisición de mercaderías como se puede ver en la cuenta *Inventarios*, que aumentó en MM \$53.705, y para el pago de MM \$28.868 en dividendos este año.

El **Activo No Corriente** aumentó 3,8% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$7.706, principalmente, por el incremento en derechos de uso por la adquisición del 51% de Lifestyle Brands of Colombia S.A.S., con lo cual Forus quedó con el 100% de la propiedad de dicha filial; y *Inversiones en Asociadas Contabilizadas por el Método de Participación* que disminuyó en MM \$2.058, como resultado de dicha adquisición. Las cuentas *Plusvalía* y *Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía* disminuyeron en MM \$3.188 y MM \$1.137, respectivamente.

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

	Dic-2022 MM\$	Dic-2021 MM\$	Variación MM\$	%
Pasivo Corriente	59.401	64.460	(5.059)	-7,8%
Pasivo No Corriente	31.497	15.202	16.295	107,2%
Patrimonio	196.723	193.195	3.528	1,8%
Total Patrimonio y Pasivos	287.621	272.857	14.764	5,4%

El **Pasivo Corriente** disminuyó -7,8% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Pasivos por Impuestos Corrientes*, que disminuyó en MM \$8.998 producto, fundamentalmente, del pago de los impuestos anuales de 2021 que se realizó en el segundo trimestre de 2022; y *Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar*, que aumentó MM \$4.302 por la mayor adquisición de inventarios.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 107,2%, principalmente por la cuenta *Otros Pasivos Financieros No Corriente*, que aumentó en MM \$16.606, asociada a un crédito de mediano plazo y al incremento por obligaciones por arrendamientos, explicado por la consolidación de LBC en 2022.

- **Patrimonio**

El saldo del Patrimonio al 31 de diciembre de 2022 y 31 de diciembre de 2021 se compone de la siguiente manera:

	Dic-2022	Dic-2021	Variación	
	MM\$	MM\$	MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	0,0%
Otras Reservas	15.533	14.434	1.099	7,6%
Utilidades Acumuladas	156.946	153.796	3.150	2,0%
Participaciones no Controladas	1	722	(721)	-99,9%
Total Patrimonio	196.723	193.195	3.528	1,8%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$3.528 debido, principalmente, al resultado del ejercicio, el incremento de las reservas por conversión de las filiales, y la disminución de las participaciones no controladas asociadas a la adquisición del porcentaje de participación sobre las filiales Forus Colombia y Lifestyle Brands of Colombia que operábamos mediante un *joint-venture* con Wolverine Worldwide hasta diciembre de 2021, en ese país, compensado por la distribución de dividendos. Este año se han repartido dividendos por MM \$26.888 y las utilidades de la compañía alcanzaron a MM \$31.543 al 31 de diciembre de 2022.

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

	MM\$
Perú Forus S.A.	662
Uruforus S.A.	2.112
Forus Colombia S.A.S.	(1.643)
Total diferencias de conversión	1.131

Razones Financieras

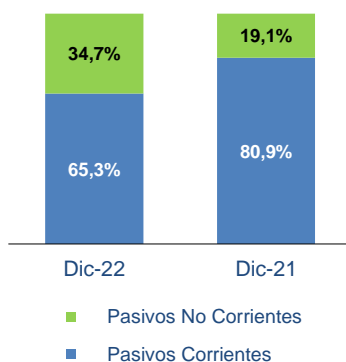
• Índices de Liquidez

	Unidad	Dic-22	Dic-21	Variación
Liquidez corriente	veces	3,23	2,80	0,43
Razón Ácida	veces	1,74	2,26	-0,52

El índice de liquidez corriente nos muestra una variación positiva respecto de diciembre de 2021, mientras que la razón ácida pasa a 1,74 veces en diciembre 2022, comparado con 2,26 veces en diciembre 2021, debido principalmente a la reducción de activos corrientes excluyendo inventarios.

• Índices de Endeudamiento

	Unidad	Dic-22	Dic-21
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	65,3%	80,9%
Pasivos No Corrientes	%	34,7%	19,1%



	Unidad	Dic-22	Dic-21	Variación
Coefficiente endeudamiento	veces	0,46	0,41	0,05
Cobertura de Intereses	veces	26,02	45,04	-19,02

• Índices de Rentabilidad (periodo de 12M)

	Unidad	Dic-22	Dic-21	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	11,0%	14,4%	-3,5%
Rentabilidad s/Ventas	%	10,0%	13,4%	-3,4%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	16,0%	20,4%	-4,4%
Utilidad por Acción	\$	122,0	152,4	-30,3

Respecto de la rentabilidad, la Compañía muestra una utilidad por acción de **\$122,0** en 2022, lo que equivale a \$30,3 menos que el año anterior.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Dic-2022	Dic-2021	Variación
	MM\$	MM\$	MM\$
Flujos de Operaciones	(3.378)	98.640	(102.018)
Flujos de Inversión	48.138	6.212	41.926
Flujos de Financiamiento	(41.012)	(99.627)	58.615

Las **actividades de operaciones** generaron una variación negativa respecto del mismo período del año anterior por MM \$102.018, debido principalmente a los mayores pagos asociados a gastos y adquisición de inventario.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$41.926, principalmente, en la variación de fondos en inversiones de fácil liquidación que mantiene la Compañía, que fueron rescatados para el pago de compras de inventario y pagos de dividendos.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** presentaron una variación positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$58.615, principalmente porque en 2021 se pagaron dividendos por MM \$75.542 (incluyendo dividendos extraordinarios por MM \$40.321 y MM \$29.982), mientras que en 2022, Forus desembolsó MM \$26.868 en dividendos (uno definitivo contra utilidades por MM \$11.877 y otro extraordinario por MM \$14.991).

Análisis de Riesgo de Mercado

Riesgo regional: El entorno macroeconómico en América Latina continuó mostrando señales de moderación en 4T22, explicado por una base comparativa más desafiante, mayor inflación y mayores tasas de interés, entre otros factores. En **Chile** el IMACEC de octubre, noviembre y diciembre presentó variaciones de -1,2%, -2,5%, y -1,0%, respectivamente, dando una variación estimada del PIB de -1,9% en 4T22 y 2,5% en 2022. La masa monetaria (M1) en 2022 disminuyó -27,6% a diciembre. La tasa de inflación continuó elevada, con el IPC alcanzando 12,8% a diciembre. La tasa de desocupación del 4T22 fue 7,9%, un aumento con respecto al mismo periodo del año pasado (7,2%), y con una leve mejora respecto al 3T22 (8,0%). La confianza del consumidor, a su vez, fue de 38,1 puntos, lo que significa una leve alza comparado a septiembre, donde fue de 37,4 puntos (50 es neutro). En **Uruguay** se estima que el PIB moderó su crecimiento a 2,3% en 4T22 para terminar 2022 con un alza estimada de 5,2%. La tasa de inflación (IPC) a doce meses alcanzó 8,3% en diciembre, comparado con 10,0% en septiembre. El desempleo de diciembre, a su vez, fue de 7,9%, registrando una leve disminución respecto a septiembre (8,3%). En **Perú** se estima que el crecimiento económico se aceleró levemente en 4T22, con un alza estimada de 2,1%, con lo que se espera una variación de 2,7% para 2022. La tasa de inflación (IPC) de los últimos doce meses a diciembre alcanzó 8,6%, una leve caída comparada con septiembre que mostró una variación de 8,8%. La confianza del consumidor registró 41,3 puntos en diciembre, un alza comparada con septiembre (37,8 puntos), manteniéndose en terreno negativo (50 es neutro). En **Colombia** se estima que el crecimiento económico se moderó en 4T22 con un alza esperada de 3,9%, con lo que se espera una variación de 7,8% en 2022. La tasa de inflación (IPC) a doce meses alcanzó 13,1% en diciembre, comparado con 11,4% en septiembre. El desempleo en diciembre fue de 10,8%, presentando una leve baja con respecto a septiembre (11,4%). El Índice de Confianza del Consumidor (IPSOS) registró 44,9 puntos en septiembre, mostrando una caída significativa con respecto a septiembre (50,7).

Riesgo cambiario: Las fluctuaciones de los tipos de cambio de cada país contra el USD impactan directamente el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. El CLP/USD presentó una alta volatilidad durante el 2022; sin embargo, al cierre del 31 de diciembre 2022 presentó una variación anual de sólo -1,3%. En este mismo periodo, el PEN de Perú se apreció 4,3% contra el USD, el UYU de Uruguay se apreció 10,3% y el COP de Colombia se depreció 20,8% (precio cierre). La apreciación de las monedas locales de nuestras filiales contra el CLP (FX promedio mes) aumentó la contribución de las filiales al consolidar sus resultados en CLP en los casos de Perú y Uruguay este trimestre, mientras que la depreciación del COP/CLP redujo la contribución de Colombia.

Riesgo financiero: La Compañía sigue una política conservadora de manejo de caja, con fondos y fuentes de financiamiento suficientes para financiar inversiones planificadas para 2023 y con un mínimo nivel de endeudamiento.

VII. Resumen Países

Ingresos (Millones Ch\$)

	4T22	4T21	Var %	Moneda Local	2022	2021	Var %	Moneda Local
Chile	64.060	79.670	-19,6%	-19,6%	236.287	249.768	-5,4%	-5,4%
Colombia	7.334	4.637	58,2%	84,6%	24.608	10.305	138,8%	140,7%
Perú	8.487	6.617	28,3%	12,7%	27.588	18.109	52,3%	31,0%
Uruguay	7.526	5.738	31,2%	8,6%	26.572	16.510	61,0%	31,6%
Total Filiales	23.347	16.992	37,4%		78.769	44.923	75,3%	
Total Forus	87.407	96.662	-9,6%		315.055	294.690	6,9%	

Ingresos (% total)

	4T22	4T21	2022	2021
Chile	73,3%	82,4%	75,0%	84,8%
Colombia	8,4%	4,8%	7,8%	3,5%
Perú	9,7%	6,8%	8,8%	6,1%
Uruguay	8,6%	5,9%	8,4%	5,6%
Total Filiales	26,7%	17,6%	25,0%	15,2%

Digital (% de la Venta)

	2022				2022 12M
	1T	2T	3T	4T	
Chile	16%	24%	15%	20%	19%
Colombia	19%	15%	11%	19%	16%
Perú	11%	13%	14%	11%	12%
Uruguay	11%	21%	21%	17%	18%
Forus	16%	22%	15%	18%	18%

Digital (% del DTC)

	2022				2022 12M
	1T	2T	3T	4T	
Chile	23%	33%	22%	23%	26%
Colombia	36%	26%	28%	35%	31%
Perú	14%	14%	15%	13%	14%
Uruguay	12%	22%	24%	18%	20%
Forus	22%	29%	22%	22%	24%

Número de Locales y Superficies

	Dic. 2022		Dic. 2021		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	263	30.664	300	37.654	-37	-18,6%
Colombia	34	1.950	38	2.232	-4	-12,6%
Perú	50	4.250	49	4.170	1	1,9%
Uruguay	42	4.271	53	5.104	-11	-16,3%
Total	389	41.134	440	49.160	-51	-16,3%

Sitios e-commerce, por país

Sitios e-commerce		
Chile		
1	Cat	Cat.cl
2	Columbia	Columbia.cl
3	Merrell	Merrell.cl
4	Jansport	Jansport.cl
5	7veinte	7veinte.cl
6	Norseg	Norseg.cl
7	Zapatos	Zapatos.cl
8	Hush Puppies	HushPuppies.cl
9	Hush Puppies Kids	HushPuppiesKids.cl
10	Keds	Keds.cl
11	Mountain Hardwear	MountainHardwear.cl
12	Burton	Burton.cl
13	Azaleia	Azaleia.cl
14	Billabong	Billabong.cl
15	Rockford	Rkflife.com
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
22	Element	Elementbrand.cl
23	RVCA	RVCA.cl
Uruguay		
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.uy
9	Mango	Forusuy.com
10	Under Armour	Underarmour.uy
Perú		
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
9	Bsoul*	Bsoul.pe
Colombia		
1	Cat	Catlifestyle.co
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.co
3	Merrell	Merrellcolombia.com
4	Under Armour	Underarmour.com.co
5	Columbia*	Columbia.com.co
47	Total Forus S.A.	

Marketplaces, por país

Marketplaces	
Chile	
1	Dafiti
2	Mercado Libre
3	Mercado Ripley
4	Paris Marketplace
5	Falabella Online
Uruguay	
1	Mercado Libre
Peru	
1	Juntoz
2	Mercado Libre
3	Linio
4	Mercado Ripley
5	Rappi
6	Cornershop
7	Takeit
8	Intercorp
9	Shopstar
10	Diners
11	Falabella Online *
Colombia	
1	Dafiti
2	Mercado Libre

* Lanzamiento fue en 2023.

Movimientos de tiendas 4T22, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	BSoul	Parque Arauco	Santiago	35
	1				35
Perú					
	1	Columbia	Ica	Ica	79
	1	Columbia	Chiclayo	Chiclayo	90
	2				169
Uruguay					
	1	Under Armour	Italia	Montevideo	133
	1				133
Total	4				337

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	D house	Valparaiso	Valparaiso	360
	1	Shoe Express	Easton Temuco	Temuco	358
	1	D house	Vivo Temuco	Temuco	234
	1	Shoe Express	Outlet Pudahuel	Santiago	320
	4				1,272
Uruguay					
	1	CAT	Punta del Este *	Maldonado	77
	1	Columbia	Punta del Este *	Maldonado	64
	1	Hush Puppies	Punta del Este *	Maldonado	79
	1	RKF	Punta del Este *	Maldonado	79
	1	Shoe Express	La Comercial	Montevideo	112
	1	Shoe Express	Centro	Montevideo	34
	6				445
Colombia					
	1	CAT	Caracolí	Caracolí	85
	1				85
Total	11				1,802

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Oct-22 al 31-Dic-22)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	-3	-1,237
Perú	2	169
Uruguay	-5	-312
Colombia	-1	-85
Total	-7	-1,465

* Las cuatro tiendas de Punta del Este se cerraron temporalmente, por incendio. Volverán a abrir cuando se habilite el centro comercial.

CHILE

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	53.530		61.672		-13,2%
Costos	(22.298)		(23.923)		-6,8%
Ganancia Bruta	31.231	58,3%	37.749	61,2%	-17,3%
GAV	(22.721)	-42,4%	(23.185)	-37,6%	-2,0%
Resultado Operacional	8.511	15,9%	14.564	23,6%	-41,6%
EBITDA	12.392	23,1%	18.311	29,7%	-32,3%

Wholesale

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	10.530		17.998		-41,5%
Costos	(6.696)		(11.409)		-41,3%
Ganancia Bruta	3.834	36,4%	6.589	36,6%	-41,8%
GAV	(12.187)	-115,7%	(4.344)	-24,1%	180,6%
Resultado Operacional	(8.354)	-79,3%	2.245	12,5%	-472,1%
GAV Ajustado*	(4.537)	-43,1%	(3.211)	-17,8%	41,3%
Resultado Op. Ajustado*	(704)	-6,7%	3.378	18,8%	-120,8%
EBITDA	953	9,0%	3.828	21,3%	-75,1%

Total Chile

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	64.060		79.670		-19,6%
Costos	(28.995)		(35.332)		-17,9%
Ganancia Bruta	35.065	54,7%	44.338	55,7%	-20,9%
GAV	(34.908)	-54,5%	(27.529)	-34,6%	26,8%
Resultado Operacional	157	0,2%	16.809	21,1%	-99,1%
GAV Ajustado*	(27.258)	-42,6%	(26.396)	-33,1%	3,3%
Resultado Op. Ajustado*	7.807	12,2%	17.942	22,5%	-56,5%
EBITDA	13.345	20,8%	22.139	27,8%	-39,7%

* Excluye gastos no recurrentes por deterioro de plusvalía y otros intangibles de M\$ 7.650 y M\$ 1.133 en 4T22 y 4T21, respectivamente.

CHILE (cont.)

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	175.701		194.140		-9,5%
Costos	(70.647)		(76.877)		-8,1%
Ganancia Bruta	105.054	59,8%	117.263	60,4%	-10,4%
GAV	(86.196)	-49,1%	(79.222)	-40,8%	8,8%
Resultado Operacional	18.858	10,7%	38.041	19,6%	-50,4%
EBITDA	33.714	19,2%	50.573	26,0%	-33,3%

Wholesale

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	60.585		55.628		8,9%
Costos	(36.471)		(32.971)		10,6%
Ganancia Bruta	24.115	39,8%	22.657	40,7%	6,4%
GAV	(22.025)	-36,4%	(11.636)	-20,9%	89,3%
Resultado Operacional	2.089	3,4%	11.021	19,8%	-81,0%
GAV Ajustado*	(14.375)	-23,7%	(10.503)	-18,9%	36,9%
Resultado Op. Ajustado*	9.739	16,1%	12.154	21,8%	-19,9%
EBITDA	12.808	21,1%	13.637	24,5%	-6,1%

Total Chile

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	236.287		249.768		-5,4%
Costos	(107.118)		(109.847)		-2,5%
Ganancia Bruta	129.169	54,7%	139.920	56,0%	-7,7%
GAV	(108.221)	-45,8%	(90.858)	-36,4%	19,1%
Resultado Operacional	20.948	8,9%	49.062	19,6%	-57,3%
GAV Ajustado*	(100.571)	-42,6%	(89.725)	-35,9%	12,1%
Resultado Op. Ajustado*	28.598	12,1%	50.195	20,1%	-43,0%
EBITDA	46.522	19,7%	64.210	25,7%	-27,5%

* Excluye gastos no recurrentes por deterioro de plusvalía y otros intangibles de M\$ 7.650 y M\$ 1.132 en 2022 y 2021, respectivamente.

PERÚ

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	8.487		6.617		28,3%
Costos	(3.489)		(2.876)		21,3%
Ganancia Bruta	4.998	58,9%	3.742	56,5%	33,6%
GAV	(3.181)	-37,5%	(2.718)	-41,1%	17,0%
Resultado Operacional	1.817	21,4%	1.024	15,5%	77,4%
EBITDA	2.358	27,8%	1.860	28,1%	26,7%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	7.137		5.809		22,9%
Costos	(2.692)		(2.285)		17,8%
Ganancia Bruta	4.445	62,3%	3.524	60,7%	26,1%
GAV	(2.819)	-39,5%	(2.199)	-37,9%	28,2%
Resultado Operacional	1.626	22,8%	1.325	22,8%	22,7%
EBITDA	2.129	29,8%	2.130	36,7%	-0,1%

Wholesale

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	1.350		808		67,1%
Costos	(798)		(590)		35,1%
Ganancia Bruta	553	40,9%	218	26,9%	153,9%
GAV	(362)	-26,8%	(519)	-64,2%	-30,2%
Resultado Operacional	191	14,1%	(301)	-37,3%	-163,4%
EBITDA	229	17,0%	(270)	-33,4%	-184,9%

PERÚ (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	27.588		18.109		52,3%
Costos	(11.168)		(8.000)		39,6%
Ganancia Bruta	16.420	59,5%	10.108	55,8%	62,4%
GAV	(11.456)	-41,5%	(8.142)	-45,0%	40,7%
Resultado Operacional	4.965	18,0%	1.966	10,9%	152,5%
EBITDA	7.420	26,9%	4.483	24,8%	65,5%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	23.928		16.175		47,9%
Costos	(9.060)		(6.712)		35,0%
Ganancia Bruta	14.868	62,1%	9.464	58,5%	57,1%
GAV	(10.036)	-41,9%	(6.172)	-38,2%	62,6%
Resultado Operacional	4.832	20,2%	3.292	20,4%	46,8%
EBITDA	7.144	29,9%	5.690	35,2%	25,6%

Wholesale

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	3.660		1.933		89,3%
Costos	(2.108)		(1.289)		63,6%
Ganancia Bruta	1.552	42,4%	645	33,3%	140,8%
GAV	(1.420)	-38,8%	(1.970)	-101,9%	-27,9%
Resultado Operacional	133	3,6%	(1.326)	-68,6%	-110,0%
EBITDA	276	7,5%	(1.207)	-62,4%	-122,9%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	7.526		5.738		31,2%
Costos	(3.167)		(2.546)		24,4%
Ganancia Bruta	4.359	57,9%	3.192	55,6%	36,6%
GAV	(3.320)	-44,1%	(2.716)	-47,3%	22,2%
Resultado Operacional	1.040	13,8%	476	8,3%	118,4%
EBITDA	1.113	14,8%	777	13,5%	43,3%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	7.015		5.689		23,3%
Costos	(2.867)		(2.515)		14,0%
Ganancia Bruta	4.149	59,1%	3.174	55,8%	30,7%
GAV	(3.069)	-43,8%	(2.712)	-47,7%	13,2%
Resultado Operacional	1.079	15,4%	462	8,1%	133,6%
EBITDA	1.151	16,4%	762	13,4%	50,9%

Wholesale

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	511		49		940,0%
Costos	(301)		(31)		861,9%
Ganancia Bruta	211	41,2%	18	36,4%	1076,4%
GAV	(250)	-49,0%	(4)	-8,0%	6267,4%
Resultado Operacional	(40)	-7,8%	14	28,4%	-386,0%
EBITDA	(38)	-7,4%	14	29,1%	-363,1%

URUGUAY (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	26.572		16.510		61,0%
Costos	(11.568)		(7.695)		50,3%
Ganancia Bruta	15.004	56,5%	8.815	53,4%	70,2%
GAV	(12.161)	-45,8%	(7.907)	-47,9%	53,8%
Resultado Operacional	2.844	10,7%	908	5,5%	213,3%
EBITDA	3.804	14,3%	1.941	11,8%	96,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	24.474		15.855		54,4%
Costos	(10.304)		(7.258)		42,0%
Ganancia Bruta	14.169	57,9%	8.597	54,2%	64,8%
GAV	(11.599)	-47,4%	(7.796)	-49,2%	48,8%
Resultado Operacional	2.571	10,5%	801	5,1%	221,1%
EBITDA	3.517	14,4%	1.830	11,5%	92,2%

Wholesale

EERR	2022	% Ingresos	2021	% Ingresos	Var. 22/21
Ingresos	2.099		655		220,5%
Costos	(1.264)		(437)		189,6%
Ganancia Bruta	835	39,8%	218	33,3%	282,5%
GAV	(562)	-26,8%	(111)	-17,0%	405,1%
Resultado Operacional	273	13,0%	107	16,3%	154,9%
EBITDA	287	13,7%	111	16,9%	159,4%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	7.334		4.637		58,2%
Costos	(4.111)		(2.602)		58,0%
Ganancia Bruta	3.222	43,9%	2.035	43,9%	58,4%
GAV	(2.090)	-28,5%	(1.330)	-28,7%	57,1%
Resultado Operacional	1.132	15,4%	704	15,2%	60,8%
EBITDA	1.351	18,4%	784	16,9%	72,4%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	4.040		2.160		87,0%
Costos	(1.738)		(975)		78,3%
Ganancia Bruta	2.302	57,0%	1.186	54,9%	94,2%
GAV	(1.987)	-49,2%	(946)	-43,8%	110,1%
Resultado Operacional	315	7,8%	240	11,1%	31,4%
EBITDA	262	6,5%	296	13,7%	-11,4%

Wholesale

EERR	4T22	% Ing.	4T21	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	3.293		2.476		33,0%
Costos	(2.373)		(1.627)		45,9%
Ganancia Bruta	920	27,9%	849	34,3%	8,4%
GAV	(103)	-3,1%	(385)	-15,5%	-73,2%
Resultado Operacional	817	24,8%	464	18,8%	76,0%
EBITDA	1.089	33,1%	488	19,7%	123,2%

COLOMBIA (cont.)

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	24.608		10.305		138,8%
Costos	(13.789)		(6.064)		127,4%
Ganancia Bruta	10.819	44,0%	4.240	41,1%	155,1%
GAV	(7.564)	-30,7%	(3.805)	-36,9%	98,8%
Resultado Operacional	3.255	13,2%	435	4,2%	647,7%
EBITDA	4.412	17,9%	963	9,3%	358,1%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	12.403		5.770		115,0%
Costos	(5.230)		(2.985)		75,2%
Ganancia Bruta	7.174	57,8%	2.784	48,3%	157,6%
GAV	(5.541)	-44,7%	(2.612)	-45,3%	112,1%
Resultado Operacional	1.633	13,2%	172	3,0%	849,4%
EBITDA	2.494	20,1%	637	11,0%	291,4%

Wholesale

EERR	2022	% Ing.	2021	% Ing.	Var. 22/21
Ingresos	12.205		4.535		169,1%
Costos	(8.560)		(3.079)		178,0%
Ganancia Bruta	3.645	29,9%	1.456	32,1%	150,4%
GAV	(2.023)	-16,6%	(1.193)	-26,3%	69,7%
Resultado Operacional	1.622	13,3%	263	5,8%	516,0%
EBITDA	1.919	15,7%	326	7,2%	488,4%

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 31 de diciembre de 2022 y 2021

ACTIVOS		2022	2021
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	26.850.834	21.525.253
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	26.755.079	89.137.797
Otros activos no financieros corrientes	(29 a)	5.513.475	1.896.161
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	34.431.636	33.219.846
Inventarios	(15)	88.598.763	34.894.138
Activos por impuestos corrientes	(12 b)	9.778.348	-
Total de activos corrientes		191.928.135	180.673.195
Activos No Corrientes			
Otros activos financieros no corrientes	(6 b)	1.086.745	-
Otros activos no financieros no corrientes	(29 b)	102.369	100.616
Derechos por cobrar no corrientes		479.950	443.777
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	(8)	-	2.058.093
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(9)	1.012.623	2.149.276
Plusvalía	(10)	1.262.442	4.450.923
Propiedades, plantas y equipos	(11)	86.105.990	78.399.985
Activos por impuestos diferidos	(12 c)	5.642.629	4.581.198
Total de activos no corrientes		95.692.748	92.183.868
Total de Activos		287.620.883	272.857.063

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

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 31 de diciembre de 2022 y 2021

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2022 M\$	2021 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(17)	17.082.613	12.994.126
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(19)	21.364.716	17.062.584
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	(14 b)	-	550.525
Otras provisiones corrientes	(20)	12.728.130	14.602.782
Pasivos por impuestos corrientes	(12 b)	-	8.997.960
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(21)	7.848.858	6.689.374
Otros pasivos no financieros corrientes	(22)	377.012	3.562.437
Total de pasivos corrientes		<u>59.401.329</u>	<u>64.459.788</u>
 Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(17)	31.489.884	14.884.089
Otros pasivos no financieros no corrientes	(31)	6.686	317.934
Total de pasivos no corrientes		<u>31.496.570</u>	<u>15.202.023</u>
Total Pasivos		<u>90.897.899</u>	<u>79.661.811</u>
 Patrimonio			
Capital emitido	(16 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		156.946.425	153.796.111
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(16 f)	(1.853.180)	(2.951.896)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		<u>196.722.196</u>	<u>192.473.166</u>
Participaciones no controladoras	(18)	788	722.086
Patrimonio total		<u>196.722.984</u>	<u>193.195.252</u>
Total de Patrimonio y Pasivos		<u>287.620.883</u>	<u>272.857.063</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 por Función Consolidados
Por los períodos comprendidos entre:

	Nota	01.01.2022 31.12.2022 M\$	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.10.2022 31.12.2022 M\$	01.10.2021 31.12.2021 M\$
Estados de Resultados Integrales					
Ingresos de actividades ordinarias		315.055.264	294.690.496	87.406.751	96.662.112
Costo de ventas	(15)	<u>(143.643.087)</u>	<u>(131.606.883)</u>	<u>(39.762.533)</u>	<u>(43.355.786)</u>
Ganancia bruta		<u>171.412.177</u>	<u>163.083.613</u>	<u>47.644.218</u>	<u>53.306.326</u>
Otros ingresos, por función	(26 a)	1.713.045	952.663	646.622	430.108
Costos de distribución		(3.602.452)	(2.818.622)	(1.257.277)	(668.432)
Gasto de administración	(23)	(135.799.063)	(107.893.817)	(42.241.672)	(33.624.539)
Otros gastos, por función	(26 b)	(575.420)	(281.360)	(83.729)	(85.397)
Otras ganancias (pérdidas)		4.503.280	(3.043.982)	4.612.412	(1.939.042)
Ingresos financieros		(347.070)	1.591.730	1.476.373	991.454
Costos financieros		(2.388.418)	(1.589.534)	(896.165)	(540.611)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	(8)	-	160.461	-	142.785
Diferencias de cambio	(24)	(763.095)	2.902.328	(3.351.726)	631.610
Resultados por unidades de reajuste	(25)	<u>1.820.696</u>	<u>422.200</u>	<u>795.553</u>	<u>75.372</u>
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		<u>35.973.680</u>	<u>53.485.680</u>	<u>7.344.609</u>	<u>18.719.634</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(12 d)	<u>(4.430.748)</u>	<u>(14.100.315)</u>	<u>2.812.722</u>	<u>(4.833.004)</u>
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		<u>31.542.932</u>	<u>39.385.365</u>	<u>10.157.331</u>	<u>13.886.630</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		31.542.741	39.349.616	10.157.266	13.760.180
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(18)	191	35.749	65	126.450
Ganancia		<u>31.542.932</u>	<u>39.385.365</u>	<u>10.157.331</u>	<u>13.886.630</u>
Ganancia por acción básica y diluida	(16 g)	\$ 122,0376	\$ 152,3795	\$ 39,2981	\$ 53,7265

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

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

	Nota	01.01.2022 31.12.2022 M\$	01.01.2021 31.12.2021 M\$	01.10.2022 31.12.2022 M\$	01.10.2021 31.12.2021 M\$
Otros Resultados Integrales					
Ganancia (pérdida)		31.542.932	39.385.365	10.157.331	13.886.630
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		1.131.246	3.000.608	(4.665.685)	989.541
Otro resultado integral Total		<u>1.131.246</u>	<u>3.000.608</u>	<u>(4.665.685)</u>	<u>989.541</u>
Resultado Integral Total		<u>32.674.178</u>	<u>42.385.973</u>	<u>5.491.646</u>	<u>14.876.171</u>
Resultados Atribuibles a					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		32.673.987	42.350.224	5.491.581	14.749.721
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(18)	191	35.749	65	126.450
Resultado Integral Total		<u>32.674.178</u>	<u>42.385.973</u>	<u>5.491.646</u>	<u>14.876.171</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 2022 y 2021

	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 01.01.2022	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
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	31.542.741	31.542.741	191	31.542.932
Otro resultado integral	-	-	1.131.246	-	1.131.246	-	1.131.246	-	1.131.246
Resultado Integral	-	-	1.131.246	-	1.131.246	31.542.741	32.673.987	191	32.674.178
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(28.392.618)	(28.392.618)	-	(28.392.618)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	191	191	(199)	(8)
Incremento (disminución) por cambios las participaciones en la propiedad de subsidiarias que no dan lugar a pérdida de control, patrimonio	-	-	-	(32.530)	(32.530)	-	(32.530)	(721.290)	(753.820)
Total de cambios en patrimonio	-	-	1.131.246	(32.530)	1.098.716	3.150.314	4.249.030	(721.298)	3.527.732
Saldo final período actual 31.12.2022	24.242.787	17.386.164	(2.390.619)	537.439	(1.853.180)	156.946.425	196.722.196	788	196.722.984
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

(ver nota 16)

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	01.01.2022 31.12.2022 M\$	01.01.2021 31.12.2021 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		356.092.731	334.639.126
Cobro procedente de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas		523.144	135.137
Otros cobros por actividades de operación		58.384	43.509
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(277.945.700)	(173.018.905)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(45.109.299)	(37.519.058)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas		(268.043)	(450.933)
Otros pagos por actividades de operación		(138.954)	(80.547)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>33.212.263</u>	<u>123.748.329</u>
Intereses recibidos, clasificados como actividades de operación		649	-
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(22.865.588)	(6.192.221)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación		(13.725.630)	(18.915.877)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>(3.378.306)</u>	<u>98.640.231</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	01.01.2022 31.12.2022 M\$	01.01.2021 31.12.2021 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		(6.474.369)	(868.876)
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(11)	(7.272.614)	(7.171.001)
Importes procedentes de ventas de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión		-	849
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(9)	(729.119)	(365.484)
Importes procedentes de activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		521.911	386.433
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(314.785)	(459.163)
Dividendos recibidos, clasificados como actividades de inversión		-	6
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		-	3.924
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión (*)		62.406.634	14.685.260
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>48.137.658</u>	<u>6.211.948</u>

(*) Las Otras entradas (salidas) de efectivo, corresponden a los rescates de fondos de inversión para el pago de algunas obligaciones específicas de la compañía.

Se presentan también, dentro de Otras entradas (salidas) de efectivo el saldo inicial de LBC (M\$1.547.835), que fue adquirida el 28 de enero y absorbida por Forus Colombia a marzo de 2022.

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	01.01.2022 31.12.2022 M\$	01.01.2021 31.12.2021 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		37.799.501	13.059.099
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(27.882.727)	(17.411.582)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(24.030.430)	(19.731.469)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16)	(26.868.313)	(75.542.091)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(30.410)	(1.361)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación		537	-
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(41.011.842)</u>	<u>(99.627.404)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		3.747.509	5.224.775
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>1.578.072</u>	<u>1.546.116</u>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		5.325.581	6.770.891
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		<u>21.525.253</u>	<u>14.754.362</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u><u>26.850.834</u></u>	<u><u>21.525.253</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 *phygital*, enfocada en la experiencia del consumidor, conectando a las personas con las marcas que nos mueven. La empresa, que diseña, comercializa y distribuye calzado, vestuario y accesorios de marcas propias e internacionales, fue fundada en 1980 y a la fecha cuenta con 389 tiendas y 47 sitios web de *e-commerce* en Chile, Perú, Colombia y Uruguay. FORUS opera un portafolio de 26 marcas incluyendo CAT, RKF, Columbia, Under Armour, Merrell, BSoul, Vans, Hush Puppies, Azaleia y Norsegr, entre otras.

Dirección:

Av. Las Condes N° 11.281, Torre C.

Las Condes

Santiago, Chile

Contacto:

Isabel Darrigrandi

Gerente de Relación con Inversionistas

Teléfono: +56 (2) 2923-3035

Email: ir@forus.cl

Website:

www.forus.cl/inversionistas