

PAGA EN 12 CUOTAS SIN INTERÉS

ENVÍO GRATIS SOBRE \$60.000

CAMBIOS ILIMITADOS SIN COSTO

RETIRO EN TIENDA GRATIS

TIENDAS SIGUE TU COMPRA CONTÁCTANOS



Hush Puppies®

NEW IN

HOMBRE

MUJER

NIÑOS

SALE

¿Qué buscas?

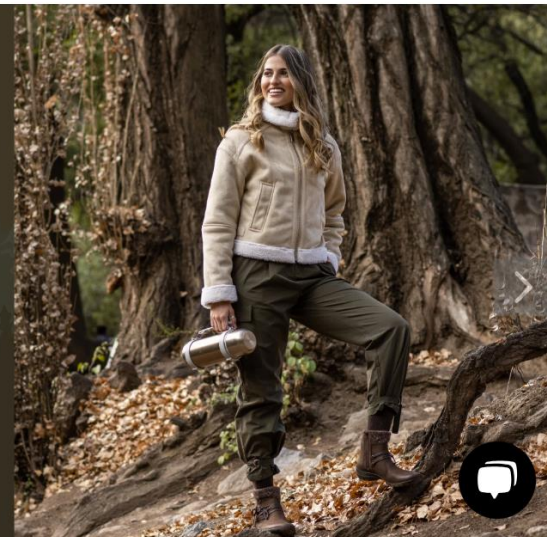
CUENTA CARRO



COLD SEASON

Sigamos disfrutando el invierno

VER TODO



<https://www.hushpuppies.cl/733?map=productClusterIds>



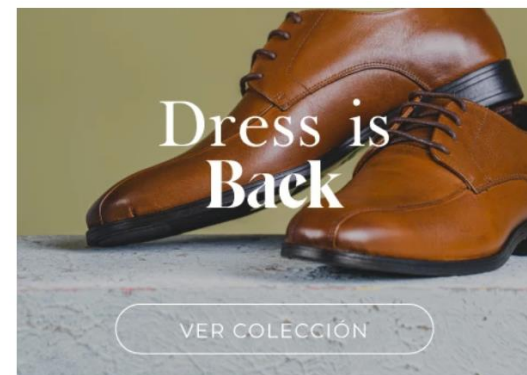
LLÉVALOS A TU MANERA
TENDENCIA EN BOTINES

VER COLECCIÓN



Wallaby
ALWAYS A CLASSIC

VER COLECCIÓN



Dress is
Back

VER COLECCIÓN



STAY WARM
STAY COMFY

PANTUFLAS

VER TODO



PARA TODOS
LOS DÍAS

MOCHILAS Y MALETINES

VER TODO

VOLVER ARRIBA



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	2
II. Resumen de Resultados Consolidados.....	3
III. Hechos Relevantes del Periodo.....	4
IV. Resultados Integrales.....	8
V. Análisis de Resultados Consolidados.....	10
VI. Análisis del Estado de Situación Financiera.....	15
VII. Resumen Países.....	20
VIII. Estados Financieros Consolidados - IFRS	
- Estados de Situación Financiera Consolidados	31
- Estado Integral de Resultados Consolidados	33
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidados	35
- Estado de Flujo de Efectivo Consolidados	36

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado el 3 de julio del 2023: \$801,66/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

Este trimestre en Forus seguimos innovando para sorprender constantemente a nuestros clientes a través de nuestras marcas líderes y experiencias únicas, entregando un servicio de excelencia en todos nuestros canales de venta *phygital*, y coordinando y auspiciando actividades para estar siempre conectados, desde nuestras marcas, con nuestras comunidades. Gracias a esto, y considerando el desafiante entorno que enfrentó el comercio este trimestre, sobresale el desempeño de nuestro segmento directo-al-consumidor (DTC) (83% de los ingresos consolidados), que agrupa a nuestras tiendas físicas y canales digitales, y que registró un alza de 6,5% en 2T23. Esto ayudó a compensar, en gran parte, la caída de 27,6% que registró la venta de nuestro segmento *wholesale* (17% de los ingresos consolidados), que estuvo fuertemente presionado por la desaceleración del consumo y los elevados niveles de inventario de la industria retail, particularmente en Chile.

Como resultado, en 2T23, Forus registró Ingresos Consolidados por MM \$87.468, una disminución de 1,6%, sobre una base de comparación que fue récord histórico para un 2T. El EBITDA consolidado de MM \$18.806, disminuyó 7,0%, con un margen EBITDA de 21,5%, un deterioro de 125 puntos base. Pese a las fuertes liquidaciones que realizó la industria retail en Chile en el periodo, nuestro margen bruto consolidado de 56,3% se expandió 56 puntos base, explicado por el favorable mix de ventas (DTC tiene mejor margen bruto que *wholesale*), pero también por una disciplinada gestión de precios, menores costos de flete y un dólar más estable. Además, nuevamente este trimestre, logramos contener el crecimiento del GAV consolidado, que aumentó 4,8%, por debajo de la inflación que en Chile registró 7,6% en junio (a 12 meses), gracias a las medidas que hemos implementado para mejorar eficiencias, incluyendo el cierre de tiendas de bajo desempeño, la digitalización y automatización de procesos, y la nivelación tecnológica de las filiales, entre otros.

Chile (76,6% del ingreso consolidado) registró ventas por MM \$66.965 en 2T23, una variación de -1,6%, impulsado por el segmento DTC que creció 9,8%, lo que fue contrarrestado por el segmento *wholesale*, que decreció 34,5%. Dentro del DTC destacamos el robusto desempeño tanto de nuestras tiendas como de nuestros canales digitales: los ingresos de las tiendas aumentaron 10,0% (SSS de 14,1%), con una venta por m² que aumentó 26%, lo que más que compensó la menor superficie por cierre de tiendas (-11,2% m² que junio 2022). Los ingresos digitales de Chile crecieron 9,4% y representaron 33% de la venta DTC (27% del ingreso de Chile). Para poner esto en contexto, las ventas minoristas (sin supermercados) en Chile registraron una variación nominal anual promedio para los meses de abril, mayo y junio de: -12,8%, -12,3% y -9,6%. En 2T23, nuestro EBITDA en Chile registró MM \$14.760, un decrecimiento de 2,5%, con un margen EBITDA de 22,0%, solamente 19 puntos bases menos que el mismo periodo del año anterior.

Las filiales (23,4% de la venta) anotaron ingresos por MM \$20.503 en 2T23, un decrecimiento de 1,4%, explicado por una leve caída en ventas en cada una de las tres filiales (aunque Colombia y Perú crecieron en moneda local). El EBITDA de las filiales, a su vez, decreció un 20,4% con un margen EBITDA de 19,7%, un deterioro de 470 puntos base respecto al 2T22, con Colombia y Uruguay presentando las mayores caídas. La venta digital de las filiales representó un 23% de la venta DTC (19% de la venta total de las filiales) en 2T23.

En 2T23 Forus reportó una Ganancia de MM \$9.492, un decrecimiento de 29,4%, explicado en parte por la caída en el Resultado Operacional (-12,8%) y también por el menor aporte del Resultado No Operacional, explicado por la cuenta Diferencias de Cambio, que registró una ganancia MM \$4.000 mayor en 2T22 que en 2T23, debido a i) menores fondos denominados en dólares y ii) la menor apreciación del USD contra el CLP.

II. Resumen de Resultados Consolidados

Segundo trimestre 2023

- Los ingresos digitales aumentaron 10,0% en 2T23 y representaron 30% de la venta DTC (25% del total).
- Ingresos Consolidados de MM \$87.468 decrecieron 1,6% en 2T23.
- La Ganancia Bruta de MM \$49.283 en 2T23 varió -0,6% con un margen bruto de 56,3%, una expansión de 56 puntos base.
- El Resultado Operacional de MM \$13.151 en 2T23 disminuyó 12,8%, con un margen operacional de 15,0%, una contracción de 194 puntos base.
- El EBITDA de MM \$18.806 en 2T23 disminuyó 7,0%, con un margen de 21,5%, un deterioro de 125 puntos base.
- La Ganancia de MM \$9.492 en 2T23 decreció 29,4%, con un margen neto de 10,9%, una contracción de 428 puntos base.
- Los ingresos de las filiales decrecieron 1,4% y representaron 23,4% del Ingreso Consolidado en 2T23. El EBITDA de las filiales disminuyó 20,4% y representó 21,5% del EBITDA consolidado de Forus.

Primer semestre 2023

- Los ingresos digitales aumentaron 7,1% en 1S23 y representaron 26% de la venta DTC (20% del total).
- Ingresos Consolidados de MM \$164.590 aumentaron 3,7% en 1S23.
- La Ganancia Bruta de MM \$90.492 creció 3,9% en 1S23 con un margen bruto de 55,0%, una expansión de 9 puntos base.
- El Resultado Operacional de MM \$21.701 en 1S23 disminuyó 4,7%, con un margen operacional de 13,2%, una contracción de 116 puntos base.
- El EBITDA de MM \$32.605 en 1S23 varió -0,8%, con un margen de 19,8%, un deterioro de 89 puntos base.
- La Ganancia de MM \$15.568 en 1S23 decreció 7,9%, con un margen neto de 9,5%, una contracción de 119 puntos base.
- Los ingresos de las filiales crecieron 7,5% y representaron 22,7% del Ingreso Consolidado en 1S23. El EBITDA de las filiales disminuyó 9,4% y representó 20,2% del EBITDA consolidado de Forus.

III. Hechos Relevantes del Periodo

Junta Ordinaria de Accionistas

El 19 de abril de 2023 se celebró la Trigésimo Segunda Junta Ordinaria de Accionistas, donde se acordó lo siguiente:

- a) Se aprobó la Memoria, el Balance y los Estados Financieros de la Sociedad, correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2022;
- b) Pagar un dividendo definitivo con cargo a las utilidades líquidas del ejercicio 2022, a razón de \$48,81503.- por acción, en dinero efectivo, que equivaldrá a repartir el 40% de las utilidades distribuibles del ejercicio. Se añadió que el dividendo será puesto a disposición de los accionistas a partir del 12 de mayo de 2023, a aquellos accionistas que aparezcan inscritos en los registros de la sociedad a la medianoche del quinto día hábil anterior a aquel fijado para el pago.
- c) Como política de dividendos, se acordó distribuir el 40% de las utilidades líquidas del ejercicio 2023, en carácter de dividendos provisorios o definitivos. Sin perjuicio de lo anterior, la Junta facultó al Directorio para poder repartir dividendos eventuales con cargo a los fondos de reserva hasta por un monto equivalente a un 50% de dichos fondos, en el periodo que transcurre entre esta asamblea y la próxima Junta Ordinaria de Accionistas. Todo lo anterior estaría condicionado al hecho que la Compañía contara con la disponibilidad de caja suficiente y la situación económica del país y de la Compañía lo permitiese.
- d) Se aprobó la remuneración del Directorio y del Comité de Directores para el ejercicio 2023;
- e) Se designó a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesoría SpA como auditores externos para el ejercicio 2023;
- f) Se designó a la empresa International Credit Rating (ICR) Compañía Clasificadora de Riesgo Ltda., como clasificadora de riesgo de la Compañía para el ejercicio 2023; y
- g) Se aprobó efectuar la publicación de los avisos de citación a las Juntas de Accionistas de la Sociedad durante el año 2023 en el periódico Diario Financiero, y si ello no fuese posible por fortuito o fuerza mayor, en el diario La Segunda.

Dividendo de \$48,81503 por acción a cargo de utilidades 2022

A partir del 12 de mayo de 2023, Forus pagó un dividendo definitivo con cargo a las utilidades del 2022 por la suma total de \$ 12.617.171.989, equivalente a \$48,81503 por acción, en efectivo, de acuerdo a lo aprobado en la JOA de abril de 2023.

Lanzamos RKF en Colombia

En abril lanzamos nuestra marca RKF en Colombia a través de la inauguración de nuestra tienda digital Rkflife.com.co, donde nuestros clientes pueden encontrar una vasta oferta de vestuario, calzado y accesorios para mujeres y hombres, incluyendo nuestra reconocida línea de camisas de hombre libre de

arrugas, y nuestros productos hechos con algodón orgánico y otros insumos amigables con el medio ambiente. Con este lanzamiento, RKF ya se encuentra en los cuatro países donde operamos: Chile, Perú, Uruguay y Colombia.

Apertura y cierre de tiendas

En 2T23, Forus abrió tres tiendas y cerró cuatro. En Chile, cerramos la tienda FunSport de Plaza Oeste y en ese local, completamente remodelado, lanzamos una nueva tienda Columbia, bajo el nuevo concepto de tienda donde acercamos aún más el *outdoor experience* a nuestros clientes. También cerramos la tienda WeLoveShoes de Plaza Los Ángeles, donde abriremos un nuevo concepto de tienda CAT luego de completar la reconversión. Este trimestre, además, seguimos expandiendo la cadena Under Armour, con una nueva tienda de 148 m2 en Mall Sport. A su vez, en Uruguay, cerramos dos tiendas (Hush Puppies Kids y Aldo) y abrimos una tienda (D house).

Nuevo concepto de tienda CAT

Este trimestre se reabrió la tienda CAT en el Mall Costanera Center en Santiago, Chile, con una nueva propuesta de experiencia *phygital* para nuestros consumidores. El nuevo concepto de tienda CAT es un espacio que busca generar cercanía y comunidad entre nuestros visitantes y la marca, entregando una experiencia única a cada uno de los clientes. En la tienda se celebra el arte, la música y el emprendimiento. Destacamos el Workshop Bar donde podrás personalizar tus productos mientras degustas una cerveza artesanal.

ESG: Voluntariados en Chile, Colombia y Perú

Con una gran convocatoria de la oficina central, tiendas y CD, este trimestre continuamos realizando nuestros voluntariados *For the Community 2023*, que son iniciativas propuestas por nuestros colaboradores, con el auspicio de una de nuestras marcas, para apoyar la comunidad y/o el medio ambiente. En Chile, en abril, nuestros colaboradores, junto a VANS, organizaron un voluntariado para ir a intervenir el Parque de Los Reyes, previo a la final del evento Rey de Reyes, evento de Skate más importante de Chile que reúne a los mejores atletas en un campeonato a nivel nacional. Los participantes tuvieron la oportunidad de ser parte de la preparación del evento, pintando y arreglando los espacios, y además crearon sus propias tablas de skate para ellos y para los niños que asistirían al evento. En mayo, Under Armour fue el encargado de organizar el voluntariado del mes, que consistió un día de trabajo de remodelación, limpieza y plantación de árboles para mejorar la fachada del colegio Juan Pablo 2 en Colina. Al final de la jornada, realizaron también entretenidos juegos deportivos junto con los niños del lugar. Luego los equipos de la marca RKF en Chile, Perú y Colombia se alinearon para coordinar los voluntariados de junio en los tres países: en Chile RKF realizó una educativa y entretenida jornada de reciclaje, donde los colaboradores aprendieron acerca del proceso de recuperación de residuos y participaron de un taller de economía circular en el Centro Inclusivo de Reciclaje. En Perú, RKF llevó a un grupo de colaboradores a sembrar árboles y a ayudar a la reforestación de Pachacutec, Ventanilla, una

zona árida con mucha población. Se plantaron 30 árboles y se compartió con niños del colegio local. En Colombia, RKF se unió a la fundación Madres con Propósito, dedicada a la donación de calzado y ropa para hogares de las localidades de Suba y Usme en Bogotá, para juntar donaciones de calzado y ropa de parte de los colaboradores de Forus.

VANS celebra Gran Final del Rey de Reyes 2023

La gira *On Tour* del campeonato de skate más importante de Chile culminó en Santiago en el Parque de los Reyes, donde se incluyó exhibiciones del Team VANS que acompañó la gira por todo Chile, mostrando por qué son parte del selecto grupo de los mejores *riders* del país. La gran final coronó a los campeones e incluyó 20 millones de pesos en premios repartidos entre las distintas categorías.

Merrell Trail Tour cumple 10 años con Tour por Colombia

La gira Merrell Trail Tour de Colombia es un épico viaje deportivo y paisajístico que este año consiste en cuatro carreras en distintos destinos del país para celebrar su 10º aniversario. En mayo se dio un inicio espectacular en Guatavita, con alrededor de 3.100 corredores y 6.000 asistentes. El segundo encuentro será en julio en El Peñón de Guatapé, en el corazón de Antioquia. Posteriormente, se celebrará una carrera en Santander, y el evento culminará en Santa Marta, con la emblemática carrera *Del Mar a la Cima*. ¡Inscríbete ya en www.merrelltrailtour.com y sé parte de la historia!

Columbia Trail Challenge Torrencial

Más de 1.500 personas llegaron a vivir la carrera Columbia Trail Challenge Torrencial, que se desarrolló en el corazón de la Selva Valdiviana y el océano Pacífico, a 30 km al noroeste de Valdivia, Región de Los Ríos, Chile. Torrencial se realizó en tres días. El viernes 23 de junio partimos con 3K para niños y niñas, en el Parque Saval. Y a la 22 hrs. iniciamos con la distancia más desafiante, los 100k, donde más de 50 avanzados corredores participaron. El sábado 24 de junio fue el turno de los corredores más técnicos, en las distancias de 25K, 42K y 60k, dejando para el domingo 25 de junio un espacio para los corredores más amateurs, con carreras de 6K, 11K y 18K todas ellas en la Playa de Pilolcura. ¡En noviembre te esperamos en Huilo Huilo, con la tercera y última parada del *Columbia Trail Challenge*!

RKF lanza documental *En los Ojos de la Naturaleza*

RKF, junto a sus dos embajadores Cristián Fuentes y Elías Hernández, ambos fotógrafos de aves y de naturaleza, lanzaron en junio un documental que recorre cinco lugares icónicos de Chile para así acercarlos y darlos a conocer a las personas, destacando sus paisajes, flora y fauna. RKF quiere que las personas se maravillen con la belleza de nuestro país y que se entusiasmen para ir a explorarlo y cuidarlo.

Primera versión en Chile de Burton Snow Fest

Burton, *we ride together*, surgió de la pasión de Jake Burton por practicar snowboard, rodeado de sus amigos y familia. Motivados por este sentido de comunidad, decidimos celebrar el comienzo de la temporada de nieve con una fiesta dedicada a los seguidores de la marca en Centro Parque, Parque Araucano. En esta primera edición del *SnowFest*, asistieron más de 2.800 personas que se unieron a nosotros en esta celebración.

IV. Resultados Integrales

Segundo trimestre:

	2T23		2T22		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	87.467.923		88.872.413		-1,6%
Costos de ventas	(38.185.186)	-43,7%	(39.297.929)	-44,2%	-2,8%
Ganancia Bruta	49.282.737	56,3%	49.574.484	55,8%	-0,6%
Costos de distribución	(832.050)	-1,0%	(781.082)	-0,9%	6,5%
Gastos de administración	(35.299.431)	-40,4%	(33.705.654)	-37,9%	4,7%
Gastos de administración y ventas	(36.131.481)	-41,3%	(34.486.736)	-38,8%	4,8%
Resultado Operacional	13.151.256	15,0%	15.087.748	17,0%	-12,8%
Otros Ingresos, por función	317.447		238.912		32,9%
Otros Gastos, por función	(96.697)		(1.094)		8738,8%
Ingresos financieros	758.040		(439.112)		-272,6%
Costos financieros	(1.095.202)		(442.045)		147,8%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	91.828		4.091.293		-97,8%
Resultados por unidades de reajuste	96.284		187.240		-48,6%
Otras ganancias y pérdidas	(243.189)		(225.218)		8,0%
Resultado No Operacional	(171.489)	-0,2%	3.409.976	3,8%	-105,0%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	12.979.767	14,8%	18.497.724	20,8%	-29,8%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(3.487.950)		(5.050.187)		-30,9%
Ganancia (pérdida)	9.491.817	10,9%	13.447.537	15,1%	-29,4%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	9.522.720		13.447.484		-29,2%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(30.903)		53		-58407,5%
Ganancia (pérdida)	9.491.817	10,9%	13.447.537	15,1%	-29,4%
EBITDA	18.806.068	21,5%	20.214.581	22,7%	-7,0%

Primer semestre:

	6M23		6M22		
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	Var %
Ingresos	164.589.986		158.743.943		3,7%
Costos de ventas	(74.097.973)	-45,0%	(71.612.396)	-45,1%	3,5%
Ganancia Bruta	90.492.013	55,0%	87.131.547	54,9%	3,9%
Costos de distribución	(1.646.341)	-1,0%	(1.514.455)	-1,0%	8,7%
Gastos de administración	(67.144.761)	-40,8%	(62.842.230)	-39,6%	6,8%
Gastos de administración y ventas	(68.791.102)	-41,8%	(64.356.685)	-40,5%	6,9%
Resultado Operacional	21.700.911	13,2%	22.774.862	14,3%	-4,7%
Otros Ingresos, por función	556.526		550.784		1,0%
Otros Gastos, por función	(278.991)		(168.498)		65,6%
Ingresos financieros	1.765.367		(2.137.764)		-182,6%
Costos financieros	(1.941.568)		(798.125)		143,3%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	-		-		
Diferencias de cambio	(357.874)		2.982.072		-112,0%
Resultados por unidades de reajuste	189.338		374.730		-49,5%
Otras ganancias y pérdidas	(276.908)		(335.866)		-17,6%
Resultado No Operacional	(344.110)	-0,2%	467.333	0,3%	-173,6%
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	21.356.801	13,0%	23.242.195	14,6%	-8,1%
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(5.788.769)		(6.331.955)		-8,6%
Ganancia (pérdida)	15.568.032	9,5%	16.910.240	10,7%	-7,9%
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	15.614.562		16.910.165		-7,7%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(46.530)		75		-62140,0%
Ganancia (pérdida)	15.568.032	9,5%	16.910.240	10,7%	-7,9%
EBITDA	32.605.014	19,8%	32.865.637	20,7%	-0,8%

V. Análisis de Resultados Consolidados

Resultado Operacional

- **Forus registró Ingresos Consolidados por MM \$87.468 en 2T23, una leve disminución de 1,6% con respecto a la alta base de comparación del mismo periodo del año pasado.**

En Chile registramos ingresos por MM \$66.965 en 2T23, lo que representó un pequeño decrecimiento de 1,6% con respecto al 2T22, explicado principalmente por la alta base de comparación (por los elevados niveles de liquidez del año pasado), la desaceleración del consumo este año y los altos niveles de inventario en la industria, que afectó primordialmente a nuestro segmento *wholesale*. Frente a este desafiante escenario, destacamos que nuestro segmento directo al consumidor (DTC), que incluye nuestras tiendas, sitios web propios y la venta en marketplaces de terceros, nuevamente registró un sólido y sostenido crecimiento, con ingresos por MM \$55.422, un aumento de 9,8% comparado con el mismo trimestre del año anterior (y un alza de 9,1% en 1S23). Dentro del segmento DTC, destacamos el desempeño tanto del canal presencial, que aumentó 10,0% en 2T23 (10,8% en 1S23) como del canal digital, que creció 9,4% este trimestre (4,7% en 1S23). Durante 2T23 cerramos 2 tiendas y abrimos 2 tiendas (0 aperturas, neta) para terminar el trimestre con 262 tiendas en Chile. Como resultado, la superficie de venta en los últimos doce meses disminuyó 11,2% mientras que la venta por m2 en 2T23 aumentó 26,3%, con un SSS de 14,1%. La venta digital de Chile representó un 33% de los ingresos DTC (un 27% de los ingresos totales) en 2T23.

Nuestro segmento *wholesale*, a su vez, enfrentó una caída en la demanda en Chile este trimestre explicado por una industria de retail discrecional que, en términos generales, significativamente redujo sus presupuestos de compra para varias categorías de productos, incluyendo calzado y vestuario, en un esfuerzo por reducir sus elevados niveles de inventario. Como consecuencia de este fuerte ajuste de inventarios, que esperamos que se regularice en 2S23, nuestro segmento *wholesale* en Chile registró ventas por MM \$11.542, una caída de 34,5%.

Nuestras filiales, en su conjunto, anotaron ingresos por MM \$20.503 en 2T23, un leve decrecimiento de 1,4% comparado con el mismo periodo del año pasado, y su participación en los ingresos consolidados de Forus alcanzó 23,4% este trimestre (25,4% en los últimos doce meses, UDM). Destacamos que la venta digital de las filiales creció 12,7% (en CLP) y representó un 23% de la venta DTC (19% de los ingresos) en 2T23.

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

- En **Perú** la venta decreció 0,5% en 2T23 (aumentó 3,0% en moneda local), explicado por los ingresos del segmento *directo al consumidor* (84% de los ingresos de Perú) que disminuyeron 7,2%, y por la depreciación del PEN frente al CLP, que redujo la contribución de la filial al

consolidar los resultados; esto fue contrarrestado, en parte, por el alza de 62,7% de la venta del segmento *wholesale* (16% de los ingresos), impulsado en parte por la entrada a mayores puntos de venta. Dentro del segmento DTC, la venta presencial (73% de los ingresos) disminuyó 5,6% y la venta digital cayó 16,8%, explicado por la menor venta de productos de alto invierno, explicado por un invierno inusualmente caluroso debido al Fenómeno del Niño y, también, por menores descuentos, particularmente en el canal digital, comparado con 2T22. Las inundaciones en el norte, además, redujeron el turismo nacional durante Semana Santa, impactando la venta presencial en esa zona del país, mientras que, en Cusco y Arequipa, las tiendas siguen afectadas por la caída en el turismo internacional, que todavía no recupera sus niveles pre-pandemia. En 2T23 no hubo movimientos de aperturas/cierres de tiendas, pero en el periodo de los últimos doce meses a junio 2023, abrimos 2 tiendas, netas (3 aperturas + 1 cierres); esto último equivale a un aumento de 3,7% en la superficie de venta. La venta por m2 disminuyó 9,8% (-6,5% en moneda local) y el SSS de Perú alcanzó 3,4% en 2T23 (en moneda local). La venta digital, a su vez, representó un 13% de la venta DTC (11% del total) en 2T23.

- En **Uruguay** los ingresos decrecieron 2,3% en 2T23 (-2,0% en moneda local), explicado por la venta del segmento DTC (92% de los ingresos) que cayó 5,4% y, en menor grado, por la depreciación del UYU contra el CLP que redujo levemente la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados; esto fue contrarrestado, en parte, por el segmento *wholesale* (8% de los ingresos) que aumentó 59,7% este trimestre, impulsado principalmente por la marca Under Armour que incorporamos en marzo del 2022. Dentro del segmento DTC, nuestro canal digital creció 15,7% y representó 27% de la venta DTC (25% del total de ingresos de Uruguay) en 2T23. La venta presencial (68% de los ingresos) decreció 11,3% con una variación en la venta por m2 de -0,1% (+1,7% en moneda local). El SSS de Uruguay en 2T23 fue 3,1% (en moneda local). En 2T23 Uruguay cerró una tienda, neta (1 apertura + 2 cierres). En el periodo de los últimos doce meses a junio 2023, Uruguay cerró 9 tiendas, netas: 11 cierres y 2 aperturas, incluyendo 6 tiendas que cerramos temporalmente por incendio en Punta del Este y que tenemos la intención de reabrir cuando se rehabilite el centro comercial. Por lo tanto, la superficie de ventas disminuyó 12,5% en los últimos 12 meses. Además, es importante destacar que el comercio en Uruguay ha sido afectado por la fuerte sequía que golpea al país, y que ha afectado duramente la exportación agrícola, con efectos colaterales para el empleo, la demanda interna y el PIB. Y a esto se suma la relación de precios con Argentina, que afecta el turismo al país vecino y consumo interno de Uruguay.
- En **Colombia**, la venta decreció 1,2% en 2T23 (+17,4% en moneda local), explicado por el crecimiento de 11,1% (31,6% en moneda local) del segmento DTC (62% de los ingresos), que fue contrarrestado por la caída de 16,5% (-0,2% en moneda local) del segmento *wholesale* (38% de los ingresos) y por la fuerte depreciación del COP contra el CLP, lo que disminuyó la contribución de la filial al momento de consolidar los resultados. Este trimestre continuamos enfrentando la desaceleración del consumo, debido al desafiante escenario económico.

También nos sigue afectando la entrada en vigencia, a partir de enero, del aumento de 15% a 40% del arancel para textiles importados, que fue parcialmente traspasado a precio (y también parcialmente absorbido en los costos); el vestuario representa aproximadamente 20-25% de los ingresos de Colombia. Dentro del segmento DTC, el canal presencial (42% de la venta) creció 0,9%. En 2T23 no hubo apertura/cierres de tiendas; pero en el periodo de los últimos doce meses a junio 2023, cerramos una tienda, neta (2 aperturas + 3 cierres), lo que equivale a un 2,1% menos de superficie de venta. La venta por m² aumentó 4,4% (23,7% en moneda local) con un SSS de 9,6% (moneda local). El canal digital registró un alza de 39,6% (65,1% en moneda local) y representó 33% de la venta DTC (21% del ingreso total) este trimestre.

- **La Ganancia Bruta de MM \$49.283 varió -0,6% en 2T23 y el margen bruto alcanzó 56,3%, una expansión de 56 puntos base.**

En Chile, la ganancia bruta creció 0,3% en 2T23, con un margen bruto de 56,8%, lo que significó una expansión de 112 puntos base, explicado por i) el incremento del segmento DTC en el mix de ventas (83% en 2T23 vs. 74% en 2T22), dado que DTC tiene un mayor margen bruto que el segmento wholesale; y ii) la expansión en 224 puntos base del margen bruto del segmento wholesale, que alcanzó 44,2% en 2T23. Esto fue parcialmente contrarrestado por el segmento DTC, cuyo margen bruto de 59,4% anotó un leve deterioro de 105 puntos base, sobre una alta base de comparación, dado que en 2T22 limitamos fuertemente los descuentos por los acotados niveles de inventario en Chile. El dólar promedio de la colección otoño/invierno de este año se mantuvo prácticamente igual al dólar promedio de la misma temporada del año anterior, marcando un cambio de tendencia luego de las fuertes alzas del dólar que afectaron los costos de las colecciones del 2022. Este trimestre también tuvimos menores presiones de costos por fletes.

La ganancia bruta de las filiales, en su conjunto, disminuyó 3,6% en 2T23, con un margen bruto de 55,0%, un deterioro de 125 puntos base. El detalle por país es el siguiente:

- **Perú:** La ganancia bruta creció 0,2% y el margen bruto de 59,7% se expandió en 41 puntos base, explicado por el segmento DTC, cuyo margen bruto de 62,4% aumentó 44 puntos base, y por el segmento wholesale, que registró un margen bruto de 45,6% con una expansión de 1.082 puntos base, explicado en parte por la base de comparación (en 2T22 rematamos productos de marcas discontinuadas) y por menores descuentos luego del reordenamiento de inventarios.
- **Uruguay:** La ganancia bruta disminuyó 3,7% y el margen bruto de 56,9% se deterioró 84 puntos base, explicado por i) el mix de ventas, dado que el segmento *wholesale* (que tiene menor margen bruto) creció frente al segmento DTC, y ii) por el deterioro de 1.055 puntos base del margen bruto del segmento *wholesale*, explicado por la venta a costo de inventario de una marca discontinuada. Esto fue compensado, en parte, por la expansión de 53 puntos base del margen bruto del segmento DTC.

- **Colombia:** La ganancia bruta decreció 9,2% y el margen bruto de 45,8% se deterioró en 403 puntos base. Este trimestre el segmento DTC anotó un margen bruto de 55,3%, un deterioro de 655 puntos base, mientras que el segmento *wholesale* registró un margen bruto de 30,1%, un deterioro de 478 puntos base, explicado por el impacto de la depreciación del COP/USD en los costos y también por el aumento de 15% a 40% del arancel para textiles importados, que entró en vigencia a partir de enero, y que fue parcialmente absorbido en el costo (y también parcialmente traspasado a precio).
- **En 2T23 el Resultado Operacional de MM \$13.151 disminuyó 12,8%, con un margen operacional de 15,0%.**

En Chile en 2T23 registramos un Resultado Operacional de MM \$10.356, un decrecimiento de 9,4% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un margen operacional de 15,5%, un deterioro de 133 puntos base. El GAV de Chile este trimestre creció 4,6%, muy por debajo de la inflación a doce meses a junio que alcanzó 7,6%, gracias a las diversas medidas que hemos implementando para mejorar nuestra eficiencia y contener nuestros gastos, incluyendo la digitalización de procesos, la automatización del CD y el cierre de tiendas de bajo desempeño, entre otras.

En 2T23 las filiales, en su conjunto, anotaron un Resultado Operacional de MM \$2.795, con un decrecimiento de 23,5%, un margen operacional de 13,6% y un deterioro de 394 puntos base. El GAV de las filiales aumentó 5,5%.

Los resultados operacionales por países son los siguientes:

- **Perú:** En 2T23 el resultado operacional varió -0,3% y registró MM \$1.312, con un margen operacional de 19,2%, un cambio de 3 puntos base. Este resultado se explica por la mejora del margen bruto en 41 puntos base y la variación del GAV/ingresos de -38 puntos base. El GAV se mantuvo acotado este trimestre con una variación de sólo 0,5%. El resultado operacional del segmento DTC registró MM \$945, una caída de 17,9%, con un margen operacional de 16,4% mientras que el segmento *wholesale* anotó MM \$367, un crecimiento de 122,0%, con un margen operacional de 34,0%.
- **Uruguay:** En 2T23 Uruguay registró una ganancia operacional de MM \$1.124, un decrecimiento de 29,1%, con un margen operacional de 13,5%, que representa un deterioro de 509 puntos base. El GAV creció 8,3%, explicado por la inflación a doce meses, que alcanzó 6,0% en junio, y por la implementación de proyectos de nivelización tecnológica. En 2T23 la ganancia operacional del segmento DTC de MM \$982 disminuyó 33,1% mientras que el segmento *wholesale* anotó una ganancia operacional de MM \$142, con un crecimiento de 19,9%.
- **Colombia:** En 2T23 la ganancia operacional de MM \$359 registró un decrecimiento de 52,4%, con un margen operacional de 6,8%, un deterioro de 726 puntos base. El resultado es explicado

por la presión de margen bruto de -403 puntos base y el deterioro del GAV/ingresos de -323 puntos base. Los gastos aumentaron 7,7% (en CLP) este trimestre, presionados por la elevada inflación a doce meses, que alcanzó 12,1% en junio, y por la implementación de desarrollos tecnológicos. El resultado operacional del segmento DTC de MM \$444 decreció 19,6% mientras que el segmento wholesale reportó una pérdida operacional de MM \$85, comparado con una ganancia operacional de MM \$202 en 2T22.

Resultado No Operacional

- **El Resultado No Operacional alcanzó una pérdida de MM \$171 en 2T23 (comparado con una ganancia de MM \$3.410 en 2T22).**

La pérdida no operacional este trimestre, comparado con la ganancia no operacional en 2T22, se explica, principalmente, por la cuenta Diferencias de Cambio, que registró una ganancia de MM \$92 este trimestre comparado con una ganancia de MM \$4.092 en 2T22. Esta variación se explica por i) menores fondos denominados en dólares (disminución explicada por las compras de inventario y pagos de dividendos) y ii) por la menor apreciación del USD contra el CLP este trimestre (1,4% en 2T23 vs. 18,3% en 2T22).

Utilidad y EBITDA

- **En 2T23 Forus reportó una Ganancia de MM \$9.492, un decrecimiento de 29,4%, con un margen neto de 10,9%, un deterioro de 428 puntos base.**

En 2T23, la Ganancia del Ejercicio es atribuible al Resultado Operacional. Chile aportó con una Utilidad Neta de MM \$7.879 (83,0% de la Ganancia de Forus), una disminución de 28,2%. Las filiales, en su conjunto, contribuyeron una Utilidad Neta de MM \$1.613 en 2T23 (17,0% de la Ganancia consolidada), lo que representó un decrecimiento de 34,9%.

- **En 2T23 el EBITDA de Forus registró MM \$18.806, una disminución de 7,0%, con un margen EBITDA de 21,5%, un deterioro de 125 puntos base.**

En 2T23 Chile aportó el 78,5% del EBITDA consolidado, mientras que las filiales contribuyeron el 21,5%, donde Perú contribuyó 10,4%; Colombia, 3,8%; y Uruguay, 7,3%. El EBITDA de Chile y de las filiales este trimestre decreció 2,5% y 20,4%, respectivamente.

VI. Análisis del Estado de Situación Financiera

Balance Consolidado

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

	Jun-2023	Dic-2022	Variación	
	MM\$	MM\$	MM\$	%
Activo Corriente	191.724	191.928	(204)	-0,1%
Activo No Corriente	105.741	95.693	10.048	10,5%
Total Activos	297.465	287.621	9.844	3,4%

El **Activo Corriente** varió -0,1% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Inventarios*, que disminuyó MM \$4.602 debido a las mayores ventas de la compañía; *Otros Activos Financieros, Corriente* que aumentó MM \$10.591 correspondiente a inversiones en fondos; *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, que disminuyó MM \$4.850 por el pago de dividendos, y el desembolso por costos y gastos del negocio.

El **Activo No Corriente** aumentó 10,5% y mostró variaciones relevantes en las siguientes cuentas: *Propiedades, Planta y Equipos* que aumentó MM \$8.085, principalmente, por la incorporación de las renovaciones de contratos de arrendamiento en Chile.

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

	Jun-2023	Dic-2022	Variación	
	MM\$	MM\$	MM\$	%
Pasivo Corriente	48.772	59.401	(10.629)	-17,9%
Pasivo No Corriente	38.915	31.497	7.418	23,6%
Patrimonio	209.778	196.723	13.055	6,6%
Total Patrimonio y Pasivos	297.465	287.621	9.844	3,4%

El **Pasivo Corriente** disminuyó 17,9%, principalmente, por la cuenta *Otras Provisiones a Corto Plazo*, que disminuyó MM \$8.392 producto del pago de dividendos que se encontraban provisionados al cierre de 2022.

El **Pasivo No Corriente**, en tanto, aumentó 23,6%, principalmente, por la cuenta *Otros Pasivos Financieros No Corriente*, que aumentó en MM \$7.418, asociados a la incorporación de renovaciones de contratos de arrendamientos que generan un incremento en las obligaciones en el largo plazo.

- **Patrimonio**

El saldo del Patrimonio al 30 de junio de 2023 y 31 de diciembre de 2022 se compone de la siguiente manera:

	Jun-2023	Dic-2022	Variación	
	MM\$	MM\$	MM\$	%
Capital Emitido	24.243	24.243	-	-
Otras Reservas	15.766	15.533	233	1,5%
Utilidades Acumuladas	169.360	156.946	12.414	7,9%
Participaciones no Controladas	409	1	408	NM
Total Patrimonio	209.778	196.723	13.055	6,6%

El **Patrimonio** presenta un incremento neto total de MM \$13.055 debido, principalmente, a un aumento en las utilidades acumuladas. Las utilidades de la compañía alcanzaron a MM \$15.568 al 30 de junio de 2023.

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

	MM\$
Perú Forus S.A.	(203)
Uruforus S.A.	100
Forus Colombia S.A.S.	336
Total diferencias de conversión	233

Razones Financieras

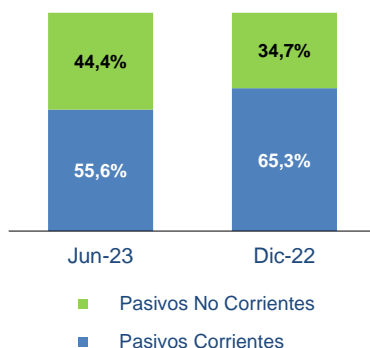
- **Índices de Liquidez**

	Unidad	Jun-23	Dic-22	Variación
Liquidez corriente	veces	3,93	3,23	0,70
Razón Ácida	veces	2,21	1,74	0,47

El índice de liquidez corriente y la razón ácida presentan mejoras respecto a diciembre 2022, principalmente, por la disminución de 17,9% del pasivo corriente.

- **Índices de Endeudamiento**

	Unidad	Jun-23	Dic-22
Composición Pasivos			
Pasivos Corrientes	%	55,6%	65,3%
Pasivos No Corrientes	%	44,4%	34,7%



	Unidad	Jun-23	Dic-22	Variación
Coeficiente endeudamiento	veces	0,42	0,46	-0,04
Cobertura de Intereses	veces	16,79	26,02	-9,23

- **Índices de Rentabilidad (periodo de 6M)**

	Unidad	Jun-23	Jun-22	Variación
Rentabilidad s/Activos	%	5,2%	6,0%	-0,8%
Rentabilidad s/Ventas	%	9,5%	10,7%	-1,2%
Rentabilidad s/Patrimonio	%	7,4%	8,0%	-0,5%
Utilidad por Acción	\$	60,2	65,4	-5,2

La Compañía obtuvo una utilidad por acción de **\$60,2** en 1S23, lo que equivale a \$5,2 menos que el mismo periodo del año anterior, lo que representa una disminución de 7,9%.

Análisis de Flujo de Caja Consolidado

	Jun-2023	Jun-2022	Variación
	MM\$	MM\$	MM\$
Flujos de Operaciones	31.617	10.966	20.651
Flujos de Inversión	(14.751)	11.268	(26.019)
Flujos de Financiamiento	(22.870)	(24.038)	1.168

Las **actividades de operaciones** generaron una variación positiva respecto del mismo período del año anterior por MM \$20.651, debido principalmente a la mayor recaudación de cobros procedentes de los ingresos por ventas.

Los **flujos de actividades de inversión** presentaron una variación negativa respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$26.019, principalmente, por la colocación de recursos en fondos de inversión de fácil liquidación que mantiene la Compañía, para aprovechar excedentes temporales de caja.

Finalmente, los **flujos de financiamiento** presentaron una variación levemente positiva respecto del mismo periodo del año anterior por MM \$1.168, principalmente, porque se han pagado menos obligaciones asociados a pasivos por arrendamientos.

Análisis de Riesgo de Mercado

Riesgo regional: El entorno macroeconómico en América Latina continuó mostrando señales de moderación en 2T23. En **Chile** en 2T23 el PIB exhibió una caída de 1,1% respecto al mismo período del año anterior, con lo cual se proyecta una variación de -0,2% para el año 2023. La demanda interna, por su parte, disminuyó 5,6% en 2T23 como resultado de un menor consumo de los hogares (-6,1%) e inversión. El sector comercio registró una variación de -5,2% con caídas en todos sus componentes, destacando por su incidencia el comercio minorista, prácticamente en todas sus líneas, y automotor. El comercio mayorista también presentó caídas en ventas de alimentos, vestuario y calzado. La masa monetaria (M1) en 2023 disminuyó 16,1% a junio, con respecto al año anterior. La tasa de inflación acumulada a 12 meses alcanzó 7,6% en junio 2023, comparado con 11,1% en marzo 2023. La tasa de desocupación del 2T23 fue 8,5%, un aumento con respecto al mismo periodo del año pasado (7,8%), y una leve caída con respecto al 1T23 (8,8%). La confianza del consumidor, a su vez, fue de 39,4 puntos, manteniendo el mismo nivel de marzo (50 es neutro). En **Uruguay** se estima que el PIB decreció 0,5% en 2T23 y se proyecta un alza de 1,5% para el año 2023. La tasa de inflación a doce meses alcanzó 6,0% en junio, comparado con 7,3% en marzo. El desempleo de junio, a su vez, fue de 8,2%, registrando una leve caída respecto a marzo (8,6%). En **Perú** se estima que el PIB se expandió un 0,8% en 2T23, y se proyecta un crecimiento de 1,5% para el año 2023. La tasa de inflación acumulada a doce meses a junio alcanzó 6,5%, una mejora comparada con marzo (8,4%). La confianza del consumidor registró 45,9 puntos en junio, un aumento comparado con marzo (43,8 puntos), manteniéndose en terreno negativo (50 es neutro). En **Colombia** se estima que el PIB registró un alza de 1,1% en 2T23, con lo cual se proyecta un crecimiento de 1,4% para el año 2023. La tasa de inflación a doce meses acumulado alcanzó 12,1% en junio, comparado con 13,3% en marzo. El desempleo en junio fue de 9,3%, presentando una leve baja con respecto a marzo (10,0%). El Índice de Confianza del Consumidor (IPSOS) registró 42,8 puntos en junio, un leve deterioro con respecto a marzo (44,8 puntos).

Riesgo cambiario: Las fluctuaciones de los tipos de cambio de cada país contra el USD impactan directamente el costo de venta de la operación, principalmente por el efecto en el costo de las importaciones. El CLP/USD ha presentado una alta volatilidad durante los últimos doce meses; al cierre del 30 de junio de 2023, registró una apreciación de 14,0% con respecto al mismo periodo del año pasado. En este mismo periodo, el PEN de Perú se apreció 3,9% contra el USD, el UYU de Uruguay se apreció 6,2% y el COP de Colombia se depreció 1,5% (precio cierre). La depreciación de las monedas locales de nuestras filiales contra el CLP (FX promedio mes) disminuyó la contribución de las filiales al consolidar sus resultados en CLP, particularmente en 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\$)

	2T23	2T22	Var %	Moneda Local	6M23	6M22	Var %	Moneda Local
Chile	66.965	68.075	-1,6%	-1,6%	127.221	123.995	2,6%	2,6%
Colombia	5.311	5.374	-1,2%	17,4%	10.144	10.094	0,5%	24,8%
Perú	6.845	6.878	-0,5%	3,0%	13.026	12.092	7,7%	9,9%
Uruguay	8.348	8.545	-2,3%	-2,0%	14.199	12.563	13,0%	9,7%
Total Filiales	20.503	20.797	-1,4%		37.369	34.749	7,5%	
Total Forus	87.468	88.872	-1,6%		164.590	158.744	3,7%	

Ingresos (% total)

	2T23	2T22	6M23	6M22	UDM 23	UDM 22
Chile	76,6%	76,6%	77,3%	78,1%	74,6%	80,9%
Colombia	6,1%	6,0%	6,2%	6,4%	7,7%	5,4%
Perú	7,8%	7,7%	7,9%	7,6%	8,9%	7,0%
Uruguay	9,5%	9,6%	8,6%	7,9%	8,8%	6,6%
Total Filiales	23,4%	23,4%	22,7%	21,9%	25,4%	19,1%

Same Store Sales (en moneda local)

	2023				2023 6M
	1T	2T	3T	4T	
Chile	18,7%	14,1%			16,2%
Colombia	39,3%	9,6%			22,2%
Perú	4,9%	3,4%			4,1%
Uruguay	19,7%	3,1%			8,3%

Digital (% de la Venta)

	2023				2023 6M
	1T	2T	3T	4T	
Chile	14%	27%			21%
Colombia	20%	21%			20%
Perú	10%	11%			11%
Uruguay	14%	25%			20%
Forus	14%	25%			20%

Digital (% del DTC)

	2023				2023 6M
	1T	2T	3T	4T	
Chile	21%	33%			27%
Colombia	34%	33%			34%
Perú	14%	13%			13%
Uruguay	19%	27%			24%
Forus	21%	30%			26%

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	RKF	Rkflife.com
16	BSoul	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		
		Sitio web
1	Cat	Catlifestyle.com.uy
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.uy
3	Merrell	Merrell.com.uy
4	Pasqualini	Pasqualini.com.uy
5	Columbia	Columbia.com.uy
6	RKF	Rkflife.com.uy
7	Mango	Forusuy.com
8	Under Armour	Underarmour.uy
Perú		
		Sitio web
1	Billabong	Billabong.pe
2	Columbia	Columbia.pe
3	Hush Puppies	Hushpuppies.pe
4	RKF	Rkflife.pe
5	Patagonia	Patagonia.pe
6	Supermall	Supermall.pe
7	Keds	Keds.pe
8	BSoul	BSoul.pe
Colombia		
		Sitio web
1	Cat	Catlifestyle.co
2	Hush Puppies	Hushpuppies.com.co
3	Merrell	Merrellcolombia.com
4	Under Armour	Underarmour.com.co
5	Columbia	Columbia.com.co
6	RKF	Rkflife.com.co
45	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
Perú	
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
3	Falabella Online
4	Linio

Número de Locales y Superficies

	Jun. 2023		Jun. 2022		Var.AA	
	N° Locales	m2	N° Locales	m2	N° Locales	m2 %
Chile	262	30.672	273	34.526	-11	-11,2%
Colombia	36	2.128	37	2.174	-1	-2,1%
Perú	51	4.325	49	4.170	2	3,7%
Uruguay	41	4.270	50	4.879	-9	-12,5%
Total	390	41.396	409	45.750	-19	-9,5%

Movimientos de tiendas 2T23, por país

Aperturas					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	Under Armour	Mall Plaza	Santiago	149
	1	Columbia	Plaza Oeste	Santiago	68
	2				216
Uruguay					
	1	D house	Maldonado	Maldonado	96
	1				96
Total	3				312

Cierres					
	N° Tiendas	Cadena	Tienda	Ciudad	m2
Chile					
	1	FunSport	Plaza Oeste	Santiago	68
	1	We Love Shoes	Plaza Los Ángeles	Los Ángeles	71
	2				138
Uruguay					
	1	Aldo	Punta Carretas	Montevideo	68
	1	Hush Puppies Kids	Punta Carretas	Montevideo	28
	2				97
Total	4				235

Forus		
Aperturas/cierres netas (1-Abr-23 al 30-Jun-23)		
País	N° Tiendas	m2
Chile	0	78
Perú	0	0
Uruguay	-1	-1
Colombia	0	0
Total	-1	77

CHILE

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	55.422		50.464		9,8%
Costos	(22.512)		(19.970)		12,7%
Ganancia Bruta	32.910	59,4%	30.493	60,4%	7,9%
GAV	(23.574)	-42,5%	(23.249)	-46,1%	1,4%
Resultado Operacional	9.336	16,8%	7.245	14,4%	28,9%
EBITDA	13.054	23,6%	10.529	20,9%	24,0%

Wholesale

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	11.542		17.612		-34,5%
Costos	(6.442)		(10.223)		-37,0%
Ganancia Bruta	5.100	44,2%	7.388	42,0%	-31,0%
GAV	(4.080)	-35,4%	(3.201)	-18,2%	27,5%
Resultado Operacional	1.020	8,8%	4.188	23,8%	-75,6%
EBITDA	1.706	14,8%	4.605	26,1%	-63,0%

Total Chile

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	66.965		68.075		-1,6%
Costos	(28.954)		(30.194)		-4,1%
Ganancia Bruta	38.011	56,8%	37.882	55,6%	0,3%
GAV	(27.655)	-41,3%	(26.449)	-38,9%	4,6%
Resultado Operacional	10.356	15,5%	11.432	16,8%	-9,4%
EBITDA	14.760	22,0%	15.134	22,2%	-2,5%

CHILE (continuado)

(Millones Ch.\$)

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	97.005		88.939		9,1%
Costos	(39.885)		(35.213)		13,3%
Ganancia Bruta	57.120	58,9%	53.726	60,4%	6,3%
GAV	(44.173)	-45,5%	(43.470)	-48,9%	1,6%
Resultado Operacional	12.947	13,3%	10.256	11,5%	26,2%
EBITDA	20.028	20,6%	16.901	19,0%	18,5%

Wholesale

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	30.216		35.056		-13,8%
Costos	(16.851)		(20.642)		-18,4%
Ganancia Bruta	13.366	44,2%	14.413	41,1%	-7,3%
GAV	(8.751)	-29,0%	(6.541)	-18,7%	33,8%
Resultado Operacional	4.614	15,3%	7.873	22,5%	-41,4%
EBITDA	5.999	19,9%	8.701	24,8%	-31,1%

Total Chile

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	127.221		123.995		2,6%
Costos	(56.736)		(55.855)		1,6%
Ganancia Bruta	70.485	55,4%	68.140	55,0%	3,4%
GAV	(52.924)	-41,6%	(50.011)	-40,3%	5,8%
Resultado Operacional	17.561	13,8%	18.129	14,6%	-3,1%
EBITDA	26.028	20,5%	25.602	20,6%	1,7%

PERÚ

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	6.845		6.878		-0,5%
Costos	(2.757)		(2.799)		-1,5%
Ganancia Bruta	4.088	59,7%	4.080	59,3%	0,2%
GAV	(2.776)	-40,6%	(2.763)	-40,2%	0,5%
Resultado Operacional	1.312	19,2%	1.316	19,1%	-0,3%
EBITDA	1.954	28,5%	2.056	29,9%	-4,9%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	5.764		6.214		-7,2%
Costos	(2.168)		(2.365)		-8,3%
Ganancia Bruta	3.596	62,4%	3.849	61,9%	-6,6%
GAV	(2.651)	-46,0%	(2.698)	-43,4%	-1,7%
Resultado Operacional	945	16,4%	1.151	18,5%	-17,9%
EBITDA	1.550	26,9%	1.921	30,9%	-19,3%

Wholesale

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	1.081		665		62,7%
Costos	(588)		(434)		35,7%
Ganancia Bruta	492	45,6%	231	34,7%	113,3%
GAV	(125)	-11,6%	(65)	-9,8%	91,4%
Resultado Operacional	367	34,0%	166	24,9%	122,0%
EBITDA	404	37,4%	134	20,2%	200,7%

PERÚ (continuado)

(Millones Ch.\$)

Total Perú

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	13.026		12.092		7,7%
Costos	(5.405)		(4.943)		9,4%
Ganancia Bruta	7.621	58,5%	7.149	59,1%	6,6%
GAV	(5.669)	-43,5%	(5.125)	-42,4%	10,6%
Resultado Operacional	1.951	15,0%	2.023	16,7%	-3,6%
EBITDA	3.211	24,7%	3.340	27,6%	-3,9%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	10.508		10.552		-0,4%
Costos	(3.979)		(4.055)		-1,9%
Ganancia Bruta	6.530	62,1%	6.497	61,6%	0,5%
GAV	(5.223)	-49,7%	(4.603)	-43,6%	13,5%
Resultado Operacional	1.306	12,4%	1.894	17,9%	-31,0%
EBITDA	2.494	23,7%	3.144	29,8%	-20,7%

Wholesale

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	2.518		1.540		63,5%
Costos	(1.427)		(888)		60,6%
Ganancia Bruta	1.091	43,3%	652	42,3%	67,4%
GAV	(446)	-17,7%	(523)	-33,9%	-14,7%
Resultado Operacional	645	25,6%	129	8,4%	399,5%
EBITDA	717	28,5%	197	12,8%	264,8%

URUGUAY

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	8.348		8.545		-2,3%
Costos	(3.597)		(3.610)		-0,4%
Ganancia Bruta	4.751	56,9%	4.934	57,7%	-3,7%
GAV	(3.626)	-43,4%	(3.348)	-39,2%	8,3%
Resultado Operacional	1.124	13,5%	1.586	18,6%	-29,1%
EBITDA	1.381	16,5%	1.948	22,8%	-29,1%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	7.704		8.142		-5,4%
Costos	(3.152)		(3.374)		-6,6%
Ganancia Bruta	4.552	59,1%	4.767	58,6%	-4,5%
GAV	(3.570)	-46,3%	(3.300)	-40,5%	8,2%
Resultado Operacional	982	12,7%	1.467	18,0%	-33,1%
EBITDA	1.233	16,0%	1.827	22,4%	-32,5%

Wholesale

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	644		403		59,7%
Costos	(445)		(236)		88,5%
Ganancia Bruta	199	30,9%	167	41,4%	19,1%
GAV	(56)	-8,8%	(48)	-12,0%	17,0%
Resultado Operacional	142	22,1%	119	29,5%	19,9%
EBITDA	148	23,0%	120	29,9%	23,0%

URUGUAY (continuado)

(Millones Ch.\$)

Total Uruguay

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	14.199		12.563		13,0%
Costos	(6.351)		(5.484)		15,8%
Ganancia Bruta	7.848	55,3%	7.079	56,3%	10,9%
GAV	(6.390)	-45,0%	(5.660)	-45,1%	12,9%
Resultado Operacional	1.458	10,3%	1.419	11,3%	2,8%
EBITDA	1.979	13,9%	2.059	16,4%	-3,9%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	12.035		11.726		2,6%
Costos	(5.041)		(4.968)		1,5%
Ganancia Bruta	6.993	58,1%	6.758	57,6%	3,5%
GAV	(5.959)	-49,5%	(5.450)	-46,5%	9,3%
Resultado Operacional	1.034	8,6%	1.308	11,2%	-20,9%
EBITDA	1.545	12,8%	1.941	16,6%	-20,4%

Wholesale

EERR	6M23	% Ingresos	6M22	% Ingresos	Var. 23/22
Ingresos	2.165		836		158,8%
Costos	(1.310)		(516)		154,0%
Ganancia Bruta	855	39,5%	321	38,3%	166,6%
GAV	(431)	-19,9%	(210)	-25,1%	105,5%
Resultado Operacional	424	19,6%	111	13,3%	281,7%
EBITDA	434	20,1%	118	14,1%	268,1%

COLOMBIA

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	5.311		5.374		-1,2%
Costos	(2.877)		(2.695)		6,7%
Ganancia Bruta	2.433	45,8%	2.679	49,8%	-9,2%
GAV	(2.075)	-39,1%	(1.926)	-35,8%	7,7%
Resultado Operacional	359	6,8%	753	14,0%	-52,4%
EBITDA	711	13,4%	1.077	20,0%	-34,0%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	3.309		2.977		11,1%
Costos	(1.479)		(1.136)		30,2%
Ganancia Bruta	1.830	55,3%	1.841	61,8%	-0,6%
GAV	(1.386)	-41,9%	(1.290)	-43,3%	7,5%
Resultado Operacional	444	13,4%	551	18,5%	-19,6%
EBITDA	757	22,9%	889	29,9%	-14,9%

Wholesale

EERR	2T23	% Ing.	2T22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	2.002		2.397		-16,5%
Costos	(1.398)		(1.560)		-10,4%
Ganancia Bruta	603	30,1%	837	34,9%	-27,9%
GAV	(688)	-34,4%	(636)	-26,5%	8,3%
Resultado Operacional	(85)	-4,2%	202	8,4%	-142,1%
EBITDA	(46)	-2,3%	188	7,8%	-124,3%

COLOMBIA (continuado)

(Millones Ch.\$)

Total Colombia

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	10.144		10.094		0,5%
Costos	(5.606)		(5.330)		5,2%
Ganancia Bruta	4.538	44,7%	4.765	47,2%	-4,8%
GAV	(3.808)	-37,5%	(3.561)	-35,3%	6,9%
Resultado Operacional	730	7,2%	1.204	11,9%	-39,3%
EBITDA	1.387	13,7%	1.865	18,5%	-25,6%

Directo al Consumidor (DTC)

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	6.095		5.446		11,9%
Costos	(2.708)		(2.252)		20,3%
Ganancia Bruta	3.387	55,6%	3.195	58,7%	6,0%
GAV	(2.624)	-43,0%	(2.239)	-41,1%	17,2%
Resultado Operacional	763	12,5%	956	17,5%	-20,1%
EBITDA	1.321	21,7%	1.603	29,4%	-17,6%

Wholesale

EERR	6M23	% Ing.	6M22	% Ing.	Var. 23/22
Ingresos	4.048		4.648		-12,9%
Costos	(2.898)		(3.078)		-5,9%
Ganancia Bruta	1.151	28,4%	1.570	33,8%	-26,7%
GAV	(1.184)	-29,2%	(1.321)	-28,4%	-10,4%
Resultado Operacional	(33)	-0,8%	248	5,3%	-113,3%
EBITDA	66	1,6%	262	5,6%	-74,7%

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 30 de junio de 2023 y 31 diciembre de 2022

ACTIVOS		2023	2022
Activos Corrientes	Nota	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	(5)	22.000.810	26.850.834
Otros activos financieros corrientes	(6 a)	37.346.135	26.755.079
Otros activos no financieros corrientes	(28 a)	4.603.288	5.513.475
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (neto)	(7 a)	35.029.911	34.431.636
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	(13 a)	529.843	-
Inventarios	(14)	83.996.478	88.598.763
Activos por impuestos corrientes	(11 b)	8.217.155	9.778.348
Total de activos corrientes		<u>191.723.620</u>	<u>191.928.135</u>
Activos No Corrientes			
Otros activos financieros no corrientes	(6 b)	804.795	1.086.745
Otros activos no financieros no corrientes	(28 b)	131.442	102.369
Derechos por cobrar no corrientes	(29)	481.294	479.950
Activos intangibles distintos de la plusvalía	(8)	1.668.587	1.012.623
Plusvalía	(9)	1.263.108	1.262.442
Propiedades, plantas y equipos	(10)	95.278.431	86.105.990
Activos por impuestos diferidos	(11 c)	6.113.291	5.642.629
Total de activos no corrientes		<u>105.740.948</u>	<u>95.692.748</u>
Total de Activos		<u><u>297.464.568</u></u>	<u><u>287.620.883</u></u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estados de Situación Financiera Consolidados
 30 de junio de 2023 y 31 diciembre de 2022

PASIVOS

Pasivos Corrientes	Nota	2023 M\$	2022 M\$
Otros pasivos financieros corrientes	(16)	17.082.682	17.082.613
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(18)	16.290.530	21.364.716
Otras provisiones corrientes	(19)	4.335.685	12.728.130
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	(20)	7.820.821	7.848.858
Otros pasivos no financieros corrientes	(21)	3.242.430	377.012
Total de pasivos corrientes		48.772.148	59.401.329
 Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	(16)	38.907.876	31.489.884
Otros pasivos no financieros no corrientes	(32)	6.857	6.686
Total de pasivos no corrientes		38.914.733	31.496.570
Total Pasivos		87.686.881	90.897.899
 Patrimonio			
Capital emitido	(15 b)	24.242.787	24.242.787
Ganancias acumuladas		169.360.165	156.946.425
Primas de emisión		17.386.164	17.386.164
Otras reservas	(15 f)	(1.620.691)	(1.853.180)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		209.368.425	196.722.196
Participaciones no controladoras	(17)	409.262	788
Patrimonio total		209.777.687	196.722.984
Total de Patrimonio y Pasivos		297.464.568	287.620.883

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

	Nota	01.01.2023 30.06.2023 M\$	01.01.2022 30.06.2022 M\$	01.04.2023 30.06.2023 M\$	01.04.2022 30.06.2022 M\$
Estados de Resultados Integrales					
Ingresos de actividades ordinarias		164.589.986	158.743.943	87.467.923	88.872.413
Costo de ventas	(14)	<u>(74.097.973)</u>	<u>(71.612.396)</u>	<u>(38.185.186)</u>	<u>(39.297.929)</u>
Ganancia bruta		<u>90.492.013</u>	<u>87.131.547</u>	<u>49.282.737</u>	<u>49.574.484</u>
Otros ingresos, por función	(25 a)	556.526	550.784	317.447	238.912
Costos de distribución		(1.646.341)	(1.514.455)	(832.050)	(781.082)
Gasto de administración	(22)	(67.144.761)	(62.842.230)	(35.299.431)	(33.705.654)
Otros gastos, por función	(25 b)	(278.991)	(168.498)	(96.697)	(1.094)
Otras ganancias (pérdidas)	(25 c)	(276.908)	(335.866)	(243.189)	(225.218)
Ingresos financieros	(30 a)	1.765.367	(2.137.764)	758.040	(439.112)
Costos financieros	(30 b)	(1.941.568)	(798.125)	(1.095.202)	(442.045)
Diferencias de cambio	(23)	(357.874)	2.982.072	91.828	4.091.293
Resultados por unidades de reajuste	(24)	189.338	374.730	96.284	187.240
Ganancia (pérdida), antes de impuesto		<u>21.356.801</u>	<u>23.242.195</u>	<u>12.979.767</u>	<u>18.497.724</u>
Gasto por impuestos a las ganancias	(11 d)	<u>(5.788.769)</u>	<u>(6.331.955)</u>	<u>(3.487.950)</u>	<u>(5.050.187)</u>
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		<u>15.568.032</u>	<u>16.910.240</u>	<u>9.491.817</u>	<u>13.447.537</u>
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora		15.614.562	16.910.165	9.522.720	13.447.484
Ganancia, atribuible a participaciones no controladoras	(17)	<u>(46.530)</u>	<u>75</u>	<u>(30.903)</u>	<u>53</u>
Ganancia		<u>15.568.032</u>	<u>16.910.240</u>	<u>9.491.817</u>	<u>13.447.537</u>
Ganancia por acción básica y diluida	(15 g)	\$ 60,2317	\$ 65,4246	\$ 36,7232	\$ 52,0277

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

	Nota	01.01.2023 30.06.2023 M\$	01.01.2022 30.06.2022 M\$	01.04.2023 30.06.2023 M\$	01.04.2022 30.06.2022 M\$
Otros Resultados Integrales					
Ganancia (pérdida)		15.568.032	16.910.240	9.491.817	13.447.537
Ganancias (pérdidas) por diferencia de cambio de conversión		232.489	7.115.029	2.348.557	6.983.634
Otro resultado integral Total		<u>232.489</u>	<u>7.115.029</u>	<u>2.348.557</u>	<u>6.983.634</u>
Resultado Integral Total		<u>15.800.521</u>	<u>24.025.269</u>	<u>11.840.374</u>	<u>20.431.171</u>
Resultados Atribuibles a					
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora		15.847.051	24.025.194	11.871.277	20.431.118
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(17)	<u>(46.530)</u>	<u>75</u>	<u>(30.903)</u>	<u>53</u>
Resultado Integral Total		<u>15.800.521</u>	<u>24.025.269</u>	<u>11.840.374</u>	<u>20.431.171</u>

FORUS S.A. Y AFILIADAS
 Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
 30 de junio de 2023 y 31 de diciembre 2022

	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 01.01.2023	24.242.787	17.386.164	(2.390.619)	537.439	(1.853.180)	156.946.425	196.722.196	788	196.722.984
Cambios en patrimonio									
Resultado Integral									
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	15.614.562	15.614.562	(46.530)	15.568.032
Otro resultado integral	-	-	232.489	-	232.489	-	232.489	-	232.489
Resultado Integral	-	-	232.489	-	232.489	15.614.562	15.847.051	(46.530)	15.800.521
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(3.154.292)	(3.154.292)	-	(3.154.292)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	(46.530)	(46.530)	(161)	(46.691)
Incremento (disminución) por cambios las participaciones en la propiedad de subsidiarias que no dan lugar a pérdida de control, patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	455.165	455.165
Total de cambios en patrimonio	-	-	232.489	-	232.489	12.413.740	12.646.229	408.474	13.054.703
Saldo final período actual 30.06.2023	24.242.787	17.386.164	(2.158.130)	537.439	(1.620.691)	169.360.165	209.368.425	409.262	209.777.687
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)	-	-	-	-	-	16.910.165	16.910.165	75	16.910.240
Otro resultado integral	-	-	7.115.029	-	7.115.029	-	7.115.029	-	7.115.029
Resultado Integral	-	-	7.115.029	-	7.115.029	16.910.165	24.025.194	75	24.025.269
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	-	-	-	-	-	(3.938.535)	(3.938.535)	-	(3.938.535)
Incremento (disminución) por transferencia y otros cambios	-	-	-	-	-	75	75	141	216
Incremento (disminución) por cambios las participaciones en la propiedad de subsidiarias que no dan lugar a pérdida de control, patrimonio	-	-	-	(292.339)	(292.339)	-	(292.339)	(721.290)	(1.013.629)
Total de cambios en patrimonio	-	-	7.115.029	(292.339)	6.822.690	12.971.705	19.794.395	(721.074)	19.073.321
Saldo final período actual 30.06.2022	24.242.787	17.386.164	3.593.164	277.630	3.870.794	166.767.816	212.267.561	1.012	212.268.573

FORUS S.A. Y AFILIADAS

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

	Nota	01.01.2023 30.06.2023 M\$	01.01.2022 30.06.2022 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		191.241.511	180.747.801
Cobro procedente de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas		145.744	1.806
Otros cobros por actividades de operación		40.982	31.577
Clases de pagos			
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		(122.393.889)	(121.006.459)
Pagos a y por cuenta de los empleados		(25.683.369)	(23.490.141)
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas		(18.849)	(16.400)
Otros pagos por actividades de operación		(194.003)	(35.413)
Flujo de efectivo neto procedente de (utilizado en) la operación		<u>43.138.127</u>	<u>36.232.771</u>
Intereses recibidos, clasificados como actividades de operación		-	258
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados, clasificados como actividades de operación		(9.085.891)	(15.082.492)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de operación		(2.434.949)	(10.184.550)
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de operación		<u>31.617.287</u>	<u>10.965.987</u>

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

	Nota	01.01.2023 30.06.2023 M\$	01.01.2022 30.06.2022 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		-	(5.951.164)
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión		4.149	-
Compras de propiedades, planta y equipo, clasificados como actividades de inversión	(10)	(4.106.309)	(3.310.964)
Compras de activos intangibles, clasificados como actividades de inversión	(8)	(954.530)	(432.535)
Importes procedentes de activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		51.856	277.394
Compras de otros activos a largo plazo, clasificados como actividades de inversión		(82.539)	(177.833)
Intereses recibidos, clasificados como actividades de inversión		358.831	-
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de inversión		(10.022.106)	20.863.086
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de inversión		<u>(14.750.648)</u>	<u>11.267.984</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 en 2022, dentro de Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificadas como actividades de inversión, el saldo inicial del efectivo y efectivo equivalente de la sociedad LBC por M\$1.498.460, adquirida mediante combinación de negocios con fecha 28 de enero de 2022 y que posteriormente fue absorbida por Forus Colombia en marzo de 2022.

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

	Nota	01.01.2023 30.06.2023 M\$	01.01.2022 30.06.2022 M\$
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos, clasificados como actividades de financiación		12.721.609	14.523.905
Reembolsos de préstamos, clasificados como actividades de financiación		(11.490.163)	(14.214.111)
Pagos de pasivos por arrendamiento		(10.776.033)	(12.467.187)
Dividendos pagados, clasificados como actividades de financiación	(16)	(12.617.172)	(11.877.111)
Intereses pagados, clasificados como actividades de financiación		(721.260)	(3.860)
Otras entradas (salidas) de efectivo, clasificados como actividades de financiación		12.620	537
Flujo de efectivo procedente de (utilizado en) actividades de financiación		<u>(22.870.399)</u>	<u>(24.037.827)</u>
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		(6.003.760)	(1.803.856)
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		1.153.736	2.800.670
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		(4.850.024)	996.814
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Inicial)		26.850.834	21.525.253
Efectivo y equivalentes al efectivo (Saldo Final)	(5)	<u>22.000.810</u>	<u>22.522.067</u>

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 390 tiendas y 45 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