



EQUILIBRIO



INFORME ANUAL 2008



Robert A. Niblock
Presidente de la Junta y Director Ejecutivo

Carta a los **ACCIONISTAS**

Entramos en el año 2008 sabiendo que un difícil entorno de ventas pondría presión sobre nuestros resultados, pero la situación que experimentamos fue más difícil de lo que cualquiera podría haber predicho razonablemente. A medida que se desarrolló el año, se volvió cada vez más claro que las presiones económicas sobre los clientes, incluidos los precios de viviendas cada vez más bajos, el desempleo en aumento y los mercados crediticios cada vez más escasos eran incluso mayores de lo que esperábamos. Estas presiones alcanzaron su cúspide en la última parte del año, puesto que el desempleo aumentó, la confianza disminuyó en picada y el gasto de los clientes se contrajo a la velocidad más rápida experimentada en más de 25 años.

Terminamos el año con ventas por un total de \$48 mil millones, similar al del año pasado, pero bajo el 3 por ciento de crecimiento que pronosticamos al principio del año. Las ventas de tiendas comparables fueron negativas en un 7.2 por ciento. Probablemente no es sorprendente que continuemos observando las debilidades de ventas más pronunciadas en proyectos discrecionales y costosos, ya que los clientes economizan y se concentran en las necesidades. De hecho, basándonos en estudios de mercado, calculamos que nuestra mezcla de ventas discrecionales, definidas como compras no esenciales de los clientes, disminuyeron de un 45 por ciento en 2006 a aproximadamente un tercio de nuestras ventas a fines de 2008, puesto que los clientes se volvieron cada vez más cautelosos.

A pesar de que no logramos alcanzar nuestras metas de ventas, las diligentes medidas de control de gastos nos permitieron obtener ganancias por acción de \$1.49, un descenso de un 20 por ciento respecto a 2007, pero sólo un centavo por debajo de nuestra guía al principio del año. Esto demuestra la dedicación y esfuerzo de nuestros más de 228,000 empleados, además de nuestro enfoque en realizar los ajustes necesarios y adecuados en un ambiente de incertidumbre e inestabilidad en las condiciones bursátiles y económicas.

En la carta del año pasado, mencioné que el éxito en 2008 tendría un aspecto muy diferente al de años anteriores. Al enfrentar un ambiente difícil, sabíamos que el éxito se definiría según nuestra capacidad para capturar participación de mercado rentable y administrar adecuadamente los gastos, en general, y los gastos de capital, al mismo tiempo, prestar el mejor servicio al cliente de la industria.

Estas medidas para el éxito impulsaron nuestros esfuerzos durante 2008, cuando tomamos medidas para reducir costos y al mismo tiempo mantuvimos nuestro compromiso de proporcionar el gran servicio que los clientes esperan de Lowe's. Sabemos que una manera segura de perder participación de mercado es reducir los gastos de manera demasiado agresiva y causar un impacto negativo en nuestro servicio al cliente.

Además, al comenzar 2008 frente a condiciones económicas inciertas, decidimos reducir nuestros planes de apertura de tiendas. A medida que el año avanzaba, verdaderamente moderamos

más nuestros planes y sólo abrimos 115 tiendas durante el año. Aún tenemos importantes oportunidades futuras para nuevas tiendas de Lowe's, pero en algunos mercados podemos, y debemos, esperar una recuperación económica para asegurarnos de obtener una rentabilidad sólida de nuestra inversión.

Como marcador de un año en que los resultados absolutos no dijeron toda la historia, de acuerdo con las medidas de terceros, ganamos 110 puntos base de participación de mercado total, bastante más que cualquier competidor y creo que el hecho de que nuestras ganancias sólo estuvieran ligeramente por debajo de nuestra guía de un año atrás refleja los esfuerzos realizados para controlar los gastos. Al mismo tiempo, nuestros empleados hicieron llegar nuestros puntajes Enfocados en el Cliente a sus niveles máximos registrados. Aunque obviamente habríamos preferido una economía más sólida y mejores resultados para el año, si consideramos lo difícil e impredecible que fue el ambiente y el grave impacto que tuvo en prácticamente todos los negocios, creo que el año 2008 fue un éxito para Lowe's.

Al pensar en el año 2009, sabemos que el trasfondo económico será tan malo como en 2008, si no es que peor. Probablemente, las ventas en tiendas comparables serán negativas por tercer año consecutivo. Al planear otro ambiente de ventas difícil, permanecemos concentrados en las oportunidades para reducir los gastos. Por ejemplo, congelamos los salarios de todos los vicepresidentes y cargos superiores durante 2009. Además, reducimos

CARACTERÍSTICAS FINANCIERAS DESTACADAS

EN MILLONES, EXCEPTO LOS DATOS DE LAS ACCIONES

	Cambio vs. 2007	Año fiscal 2008	Año fiscal 2007
Ventas netas	-0.1%	\$48,230	\$48,283
Margen bruto	-43 bps ¹	34.21%	34.64%
Ingresos previos a la deducción de impuestos	-22.3%	\$ 3,506	\$ 4,511
Ganancias por acción			
Ganancias básicas por acción	-20.5%	\$ 1.51	\$ 1.90
Ganancias diluidas por acción	-19.9%	\$ 1.49	\$ 1.86
Dividendos en efectivo por acción	15.5%	\$ 0.335	\$ 0.290

¹ punto base

el nivel de nuestros aumentos anuales planeados para el resto de la organización en consideración al actual ambiente económico. Se trató de decisiones difíciles, pero necesarias considerando la débil perspectiva de consenso para el año.

También estamos trabajando para volvernos más eficientes y hemos puesto en marcha varias iniciativas que deberían reportar beneficios en 2009. Un ejemplo es nuestra iniciativa de Cumplimiento Flexible, que permitirá una entrega más eficiente de los productos a los clientes, lo que aumentará la satisfacción del cliente y reducirá costos.

En el caso del capital, continuamos aminorando nuestra expansión de acuerdo con la situación actual. En 2009, abriremos entre 60 y 70 tiendas, incluidas cinco en Canadá y dos en Monterrey, México. Estas 60 a 70 tiendas han sido revisadas diligentemente y, al contrario de los años anteriores, estarán menos enfocadas en mercados metropolitanos grandes y más enfocadas en mercados de tamaño más pequeño a mediano. Es posible que muchos de estos mercados más pequeños no hayan experimentado el mismo nivel de presión económica relacionada con la vivienda y, por lo tanto, esperamos que entreguen resultados aceptables en el corto plazo y brinden una rentabilidad sólida a largo plazo. Además, colocar tiendas en estos mercados supondrá un impacto de canibalización menor para las tiendas existentes.

Para concluir, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a nuestros más de 228,000 empleados por su compromiso para brindar al cliente el mejor servicio en mejora del hogar. También deseo agradecer a nuestros clientes y accionistas por su continuo apoyo a lo largo de esta crisis económica. Sabemos que una recuperación en la demanda depende principalmente de factores que están más allá de nuestro control y, como el ambiente macroeconómico muestra pocas señales positivas al comienzo de 2009, estamos planeando de manera conservadora.

Sin embargo, uno de los beneficios de ser una compañía con 63 años de existencia es la ventaja de la experiencia. Lowe's ha atravesado muchos períodos difíciles en el pasado y siempre hemos surgido más fuertes como compañía. Para obtener algo de perspectiva adicional, mientras preparaba esta carta revisé las cartas de los accionistas de Lowe's de principios de la década de 1970 y de 1980, los dos períodos más recientes de recesión importante en la economía de los EE.UU. En dichas cartas, los líderes de Lowe's entregaban un mensaje constante y probablemente no sorprendente: la clave del éxito en tiempos económicos difíciles es concentrarse en lo que se puede controlar. Ese es nuestro compromiso. Sin importar la expansión o contracción de la industria, continuaremos trabajando diligentemente para impulsar las ventas y capturar una participación de mercado rentable. Con la responsabilidad de administrar cuidadosamente los gastos, nos esforzaremos constantemente por mejorar nuestros sistemas y procesos para volvernos más eficientes, pero siempre equilibraremos la administración de gastos con nuestro compromiso con el servicio al cliente. Estos esfuerzos nos asegurarán la maximización de las oportunidades a corto plazo y encaminarán a Lowe's hacia un futuro próspero cuando las condiciones mejoren.

Gracias de nuevo por su continuo apoyo.

Atentamente,



Robert A. Niblock
Presidente de la Junta y Director Ejecutivo

Carta a los **ACCIONISTAS**



EQUILIBRIO ES LA CLAVE PARA NUESTRO ÉXITO EN ESTOS TIEMPOS DIFÍCILES



Hay una delgada línea entre el manejo de los desafíos a corto plazo y la búsqueda de oportunidades a largo plazo. Nos esforzamos por ayudar no sólo a nuestros clientes a equilibrar sus necesidades a corto y largo plazo, sino que hacemos lo mismo por nosotros.

¿QUÉ VEN...?

La recesión comenzó en diciembre 2007

La venta de viviendas disminuyó 16% en 2008

El índice S&P/Case-shiller® U.S. National Home Price bajó un 18.2% en 2008

El desempleo aumentó de un 4.9% en enero de 2008 a 8.1% en febrero de 2009

El nivel más bajo de confianza de los clientes que se registre

MODO DE PENSAR DE LOS CLIENTES

¿QUÉ DESEAN...?

EQUILIBRIO

EL 66% DE LOS CLIENTES

prefiere pasar su tiempo libre en el hogar.

SIMPLICIDAD

UN 48% DE LOS CLIENTES

están comprando mas cerca de su casa que antes.

UN 53% DE LOS CLIENTES

en 2008 consideran la simplicidad como un principio guía en sus vidas, en comparación con un 34% en 2005.

LOS CLIENTES sienten que su tiempo es valioso.

CONTROL

UN 46% MENOS DE LOS CLIENTES

planean permitir que un contratista tome las decisiones de compra por ellos el próximo año.

UN 71% DE LOS CLIENTES

declaran que si obtienen un mal servicio saldrán de la tienda, aunque tenga exactamente el producto que buscan.

VALOR

Aunque los clientes esperan realizar una cantidad similar de proyectos anuales a la del pasado, (entre dos y tres por año en promedio), no esperan gastar tanto (hasta casi 1/3 en promedio).

UN 77% DE LOS CLIENTES

desean obtener estilo y elegancia aunque paguen un precio bajo.

EQUILIBRIO

COMPLETAR TODO EN UN VIAJE

Los clientes nos dicen que sus vidas están más ocupadas que nunca. Equilibran muchas demandas de su tiempo, que van desde compromisos familiares y el trabajo hasta encontrar tiempo para mantener y mejorar sus casas. Desean soluciones más eficientes, menos costosas y que faciliten sus vidas. Por esto, agrupan los mandados, comparten automóviles y buscan comprar en un solo lugar productos de calidad e innovadores de mejora del hogar que proporcionen un gran valor agregado.

Lowe's continúa satisfaciendo las necesidades de los clientes proporcionando soluciones valiosas para el cliente, con los mejores precios, productos y servicios. Continuamos simplificando la experiencia de compra, esforzándonos para asegurarnos de que nuestras tiendas cuentan con empleados informados y comprometidos, que utilizan nuestra cadena de abastecimiento de clase mundial para llevar los productos con eficiencia a la tienda correcta en el momento correcto para satisfacer las necesidades de los clientes.



PROPORCIONAMOS TODO LO

EQUILIBRIO





QUE NECESITAN NUESTROS CLIENTES, y a la vez impulsamos la eficiencia

SERVICIO AL CLIENTE

Los más de 228,000 empleados enfocados en el cliente de Lowe's son la base de nuestro éxito. Es su compromiso con el servicio el que hace que los clientes vuelvan a Lowe's una y otra vez. En todos los ambientes de ventas, continuamos invirtiendo en nuestros empleados, porque creemos firmemente que una fuerza de ventas informada es algo que marca la diferencia. El difícil trasfondo económico actual nos proporciona la oportunidad de contratar y retener a nuestras grandes personas. Durante los últimos dos años hemos observado la titularidad promedio de los gerentes de tienda de Lowe's aumentar en casi ocho meses y la titularidad promedio de los demás miembros del equipo de gerentes de tienda aumentar en casi nueve meses. La capacitación y la experiencia son el soporte del – Servicio al Cliente de clase mundial.

Continuamos refinando y mejorando nuestro programa "Enfocado en el Cliente" lo que mide el desempeño de cada tienda en relación con componentes clave de la satisfacción al cliente, incluidas las habilidades de venta, entrega, ventas e instalaciones y experiencia de caja registradora. Los puntajes de nuestro Servicio al Cliente, medidos por nuestro proceso trimestral Enfocado en el Cliente, nunca han sido más altos. Nosotros continuaremos construyendo una base sólida y experimentada para proporcionar un servicio excelente e impulsar las ventas hoy y cuando el ambiente económico comience a mejorar.

LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

Cuando las ventas disminuyen, tener una red de distribución eficiente es más importante que nunca. Nosotros trabajamos continuamente para identificar maneras de mejorar nuestra infraestructura para mejorar el servicio de nuestras tiendas. Nuestros sistemas exclusivos, combinados con nuestra red de distribución centralizada de 14 Centros de Distribución Regional (RDC), 15 Centros de Distribución de Plataforma, tres instalaciones de traslado y cuatro centros de especialidad son una ventaja competitiva que ayuda a nuestras tiendas a satisfacer las demandas de los clientes de manera rápida y eficiente a la vez que minimizamos nuestras inversiones en inventario. Durante el año, continuamos la implementación de varios programas para aumentar más la eficiencia. Uno de estos esfuerzos fue la expansión del sistema de pedidos especiales express, que nos permite almacenar productos de movimiento más lento y mayor precio en nuestros Centros de Distribución Regional en lugar de tiendas individuales, minimizando nuestras inversiones, a la vez que proporciona una entrega rápida a los clientes. A medida que nuestra base de tiendas crezca continuaremos mejorando nuestra escala y nuestras capacidades para mejorar el servicio de nuestras tiendas y obtener ganancias.

OPERACIONES DE TIENDAS

En todos los ambientes de ventas Lowe's se esfuerza por volverse más eficiente y mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Nos volvimos más eficientes en 2008, con mejoras como nuestro Flujo de Flete, iniciativa que identificó las mejores prácticas en el proceso de recepción de productos en nuestras tiendas. Dichas mejores prácticas fueron implementadas a lo largo de la cadena, liberando horas de "realización de tareas" y aplicándolas a las actividades de interacción con el cliente. También le proporcionamos a los empleados acceso a Lowes.com en nuestras tiendas. Esta herramienta le permite a los asociados de la tienda consultar el inventario de las tiendas en los alrededores y ofrecer alternativas a los clientes que buscan un producto que puede estar agotado. Si el cliente lo prefiere, se puede hacer el pedido en la plataforma Lowes.com y el producto se puede entregar en la casa del cliente.

Continuaremos equilibrando inversiones que mejoran el servicio con nuestros esfuerzos para administrar los negocios de manera eficiente en este desafiante ambiente de ventas.

MENORES COSTOS DE TIENDA

Continuamos identificando oportunidades para reducir los costos mientras que mantenemos los niveles de servicio que los clientes ya esperan de Lowe's. Durante el año hemos identificado muchas oportunidades para reducir costos en toda la tienda: desde grandes proyectos como refinar la matriz de contratación de personal de la tienda hasta pequeñas oportunidades como volver a licitar contratos para artículos como las cestas de lona y las estanterías con folletos para los clientes.



EFICIENCIA EN LAS OPERACIONES

Nuestra meta es continuar administrando los gastos de manera prudente mientras aumentamos la productividad. En 2008, refinamos nuestro proceso de inventario físico para lograr una mayor eficiencia. La reducción de la mano de obra necesaria para este proceso no relacionado con la venta nos ahorrará aproximadamente \$10 millones en el año fiscal 2009. Además, identificamos cerca de \$7 millones en ahorro a través de la mejora en los programas de reciclaje y control de desechos.



MEJORES LETREROS EN LA TIENDA

En 2008, reemplazamos los afiches publicitarios de mesa desechables de los productos por torres promocionales reutilizables móviles de estructura en A. Estas torres le permiten a Lowe's destacar los valores especiales y los artículos en promoción simplemente al colocar una nueva tarjeta que le proporciona a los clientes información clara y precisa para tomar sus decisiones de compra más fácilmente. También eliminamos los letreros redundantes en toda la tienda, lo que llevó a obtener ahorros combinados de aproximadamente \$4 millones en gastos en letreros.



PROCESO DE RESTABLECIMIENTO MEJORADO

En Lowe's, seguimos comprometidos a brindar una experiencia de compra ideal. Continuamos equilibrando la frecuencia de nuestros restablecimientos con nuestra necesidad de minimizar estos gastos. Al cruzar esta línea, hemos ahorrado más de \$10 millones en capital y gastos en nuestros exhibidores, mientras continuamos proporcionando una presentación en la tienda en que los clientes puedan comprar fácilmente.



AHORROS QUE SUMAN

Nuestro Comité de reducción de costos interfuncionales trabaja junto a todos los departamentos para identificar maneras de reducir gastos. En algunos casos esto significa asegurarnos de volver a licitar contratos al menos cada tres años para capturar economías de escala o aumentar la competencia. En otros casos, hemos logrado ahorrar al alinear mejor los parámetros de servicio con las verdaderas necesidades de nuestro negocio. A través de estos esfuerzos, hemos logrado llegar a más de \$100 millones en ahorro y recorte de gastos durante los últimos tres años.



EQUILIBRIO

RENUEVE
SU COCINA
SIN PERJUDICAR
SU PRESUPUESTO

A medida que los clientes se ven presionados por el ambiente económico, muchos eligen renovar sus hogares actualizando pequeñas cosas en lugar de habitaciones completas. Los proyectos rápidos y fáciles, como iluminar una cocina con una capa de pintura fresca, actualizar los tiradores pasados de moda de un gabinete con perillas nuevas y elegantes o instalar fregaderos con lavabo doble de acero inoxidable para complementar los nuevos electrodomésticos son sólo algunas de las

actualizaciones asequibles que pueden aumentar el atractivo del hogar.

En Lowe's, los clientes pueden encontrar todo lo que necesitan para completar los proyectos grandes y pequeños de mejora del hogar. Nos aproximamos a los clientes con un mensaje de mercadeo convincente que ofrece marcas que conocen y en las que confían, además de productos que proporcionan valor agregado en todos los niveles de precio.



EQUILIBRIO





OFRECEMOS UN MAYOR VALOR AGREGADO a precios más bajos

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Un principio clave de nuestra estrategia de comercialización es mantener un enfoque claro en el cliente. Todo lo que creamos, construimos y ejecutamos en Comercialización depende del punto de vista del cliente. Nuestro ambiente de compra es una ventaja competitiva y permanecemos comprometidos a tener una presentación en la tienda ideal para ayudar a los clientes a seleccionar sus productos.

Como las preferencias de los clientes y los productos de mejora del hogar cambian continuamente, siempre se necesitará restablecer los productos. De esta manera, nosotros buscamos constantemente maneras más eficientes de actualizar nuestro ambiente de compra. Un ejemplo es la exhibición modular de productos que mantuvimos en rotación para los fregaderos de cocina en 2008. Este enfoque nos permite actualizar sólo un módulo de exhibición de un producto sin tener que cambiar el conjunto completo. Esto aumenta la vida útil de nuestras exhibiciones a la vez que reduce los gastos de la tienda.

Nuestras ganancias de participación de mercado son un claro indicador de que nuestras estrategias de comercialización siguen teniendo efecto entre los clientes. De acuerdo con fuentes de terceros, en 2008, Lowe's ganó 110 puntos base en la participación de mercado total. Continuaremos equilibrando el control de costos con los esfuerzos para mejorar nuestro ambiente de compra y entregar las ofertas de productos convincentes que los clientes esperan de Lowe's.

SELECCIÓN DE MERCANCÍA

El amplio surtido de productos de Lowe's proporciona soluciones valiosas para el cliente y es un punto de diferenciación. En el difícil ambiente actual, la gama de productos que ofrecemos no ha cambiado drásticamente, pero nos estamos enfocando más en el mantenimiento y la reparación del hogar como clientes, enfocados en los proyectos más básicos. Además, estamos añadiendo constantemente productos innovadores a nuestras tiendas y ofertas y una selección aún mayor a través del pedido especial. En el caso de las marcas nacionales hemos agregado la línea de productos PORTER-CABLE® que ofrece herramientas eléctricas profesionales asequibles a nuestra extensa oferta de herramientas. Además, hemos reafirmado nuestra ventaja de electrodomésticos con Electrolux®, la marca de electrodomésticos de primera calidad líderes en Europa. Cuando la marca es un factor menor en la decisión de compra del cliente, ofrecemos un gran valor agregado con marcas exclusivas que tienen innovadoras características y mucho estilo a excepcionales precios. Garden Treasures™ decoración de exteriores, Utilitech™ productos eléctricos y Real Organized™ almacenaje en armarios son sólo algunos ejemplos. Además, para satisfacer la creciente demanda por productos que ayuden a proteger el medio ambiente, Sta-Green® fertilizantes sin fósforo se encuentran exclusivamente disponibles en nuestras tiendas. Además, nuestro programa Healthy Home nos proporciona una amplia variedad de productos que no dañan el ambiente, son económicos y ayudan a mantener los hogares de los clientes limpios y con menos alérgenos.

MERCADEO Y PUBLICIDAD

Nuestros programas de mercadeo se esfuerzan para comunicarse con los clientes de mejoras para el hogar, instándolos a comprar en nuestras tiendas. En este desafiante ambiente de ventas nuestro mensaje de mercadeo se concentra en las promociones que cuentan con un enfoque menor, más grande y mejor. Permanecemos comprometidos con nuestra estrategia de precios bajos todos los días, la que continuaremos enfatizando. Además, para comunicar de mejor manera el valor del mensaje que muchos clientes buscan hoy en día, usamos estratégicamente nuestra iniciativa de Nuevo precio más bajo como herramienta para aumentar el tráfico y el recibo promedio. Desde 2006, la eficiencia de nuestro plan de mercadeo nos ha permitido reducir nuestros costos anuales de publicidad en \$84 millones. Dicha eficiencia incluye una reducción en la publicidad de medios masivos a medida que Lowe's ha obtenido conciencia nacional y participación de mercado y un mayor énfasis en los esfuerzos dirigidos. Estos esfuerzos dirigidos de campañas de correos directos, programas de afinidad y los sitios Web Lowes.com y LowesCreativeIdeas.com continúan siendo herramientas efectivas para crear relaciones reales y valiosas con los clientes. En LowesCreativeIdeas.com, los clientes tienen acceso a una biblioteca de más de 50 videos inspiradores con instrucciones para ayudarlos a desarrollar seguridad y finalizar con éxito proyectos de decoración y de vida al aire libre. Al ingresar al 2009, continuamos refinando nuestros vehículos de mercadeo para fortalecer nuestra relación con los clientes.

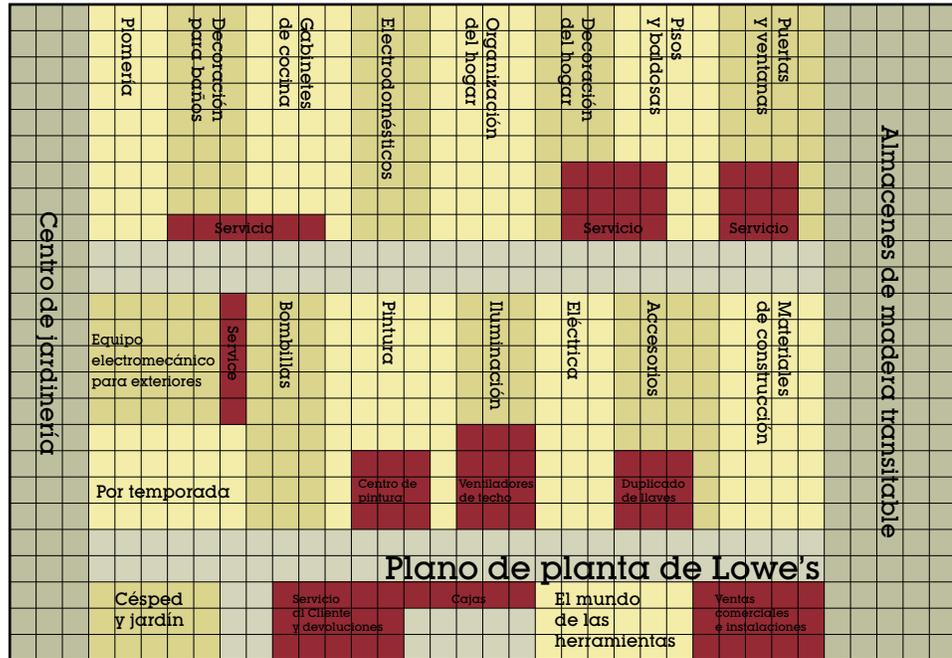
Almacenes de madera transitables

Recientemente abrimos dos prototipos más pequeños de tiendas, uno de 6,131.60 - y uno de 7,432.25 metros cuadrados y ambos cuentan con almacenes de madera transitables. Estos formatos necesitan una menor inversión de capital y crean una rentabilidad adecuada con volúmenes de venta menores.



Centro de jardinería en exteriores

Los centros de jardinería de Lowe's tienen 2,787.09 metros cuadrados en promedio. Estos centros proporcionan un espacio amplio que ofrece a los clientes un vasto surtido de plantas vivas para la primavera, además de todos los productos de jardinería en exteriores necesarios para convertir cualquier patio en un oasis.



Plano de planta de Lowe's



Cientes de negocios comerciales

Continuamos fortaleciendo las relaciones con los comerciantes profesionales, los profesionales del mantenimiento del hogar y los reparadores/remodeladores. Nuestros esfuerzos concentrados permitieron obtener resultados sólidos de venta en nuestro segmento de Clientes de negocios comerciales en 2008.



Punto de vista de comercialización

Sabemos que los clientes compran en nuestras tiendas esperando encontrar exhibiciones innovadoras y que generen ideas. Nuestro punto de vista de comercialización permite a los clientes visualizar el resultado final y fomenta las ventas entre categorías.

CADA METRO CUADRADO CUENTA

La eficiencia aumenta la rentabilidad. Evaluamos continuamente cada artículo y cada metro cuadrado de nuestra tienda para asegurarnos de que obtenemos la mejor productividad y rentabilidad. Desde el análisis de la contigüidad de los productos hasta la maximización del espacio de alto impacto, como los exhibidores, siempre estamos evaluando y mejorando nuestra utilización del espacio. Los exhibidores centrados en proyectos, en los que los clientes pueden encontrar todos los productos necesarios para realizar con éxito un proyecto de mejora del hogar específico, son sólo un ejemplo de este esfuerzo.

EQUILIBRIO

INVERTIR AHORA PARA AHORRAR DESPUÉS

Aunque muchos clientes han pospuesto los proyectos más grandes en el clima económico actual, la mayoría permanece comprometido con el mantenimiento de sus hogares. Muchos propietarios también están buscando maneras de aumentar el ahorro de energía. Unos cuantos cambios rápidos pueden provocar un impacto duradero, como instalar termostatos programables, añadir burletes y reemplazar los electrodomésticos ineficientes por electrodomésticos con certificación ENERGY STAR®. A pesar de la incertidumbre de la economía, los clientes siguen considerando

los beneficios a largo plazo de la inversión en el ahorro de energía en sus hogares.

Aunque analizamos cuidadosamente los proyectos para asegurarnos de obtener una rentabilidad adecuada, en Lowe's también consideramos el valor de invertir en nuestras tiendas e infraestructura durante esta crisis económica. La continua disciplina económica nos permite aprovechar tanto oportunidades de mercado a corto como a largo plazo mientras obtenemos rentabilidades sólidas para los accionistas.





DECIDIR

EQUILIBRIO





DÓNDE CONSTRUIR AHORA Y dónde construir más adelante

ENFOQUE DE BIENES RAÍCES

Debido a que una tienda nueva de Lowe's significa una inversión de aproximadamente \$25 millones, cada nueva posible ubicación es analizada y revisada cuidadosamente por nuestro Comité de Bienes Raíces, compuesto por nuestros ejecutivos más antiguos. Dos veces al mes el Comité se reúne para analizar y debatir las ubicaciones en planes y determinan cuáles proyectos se pondrán en marcha. Un componente esencial de la decisión de construir una tienda nueva es un modelo de rendimiento de la inversión (ROI, por sus siglas en inglés). Entre los cientos de variables que se incluyen en la evaluación financiera, los datos como la demografía de mercado, la expectativa de crecimiento y el panorama competitivo ayudan a determinar qué tiendas proporcionarán una rentabilidad adecuada. El Comité también analiza detalles como el mejor momento para entrar al mercado, el prototipo y la estrategia de mercado a mayor plazo. Nuestro análisis tienda a tienda nos permite asegurarnos de que estamos disponiendo del capital adecuadamente y que obtenemos una rentabilidad sólida para los accionistas.

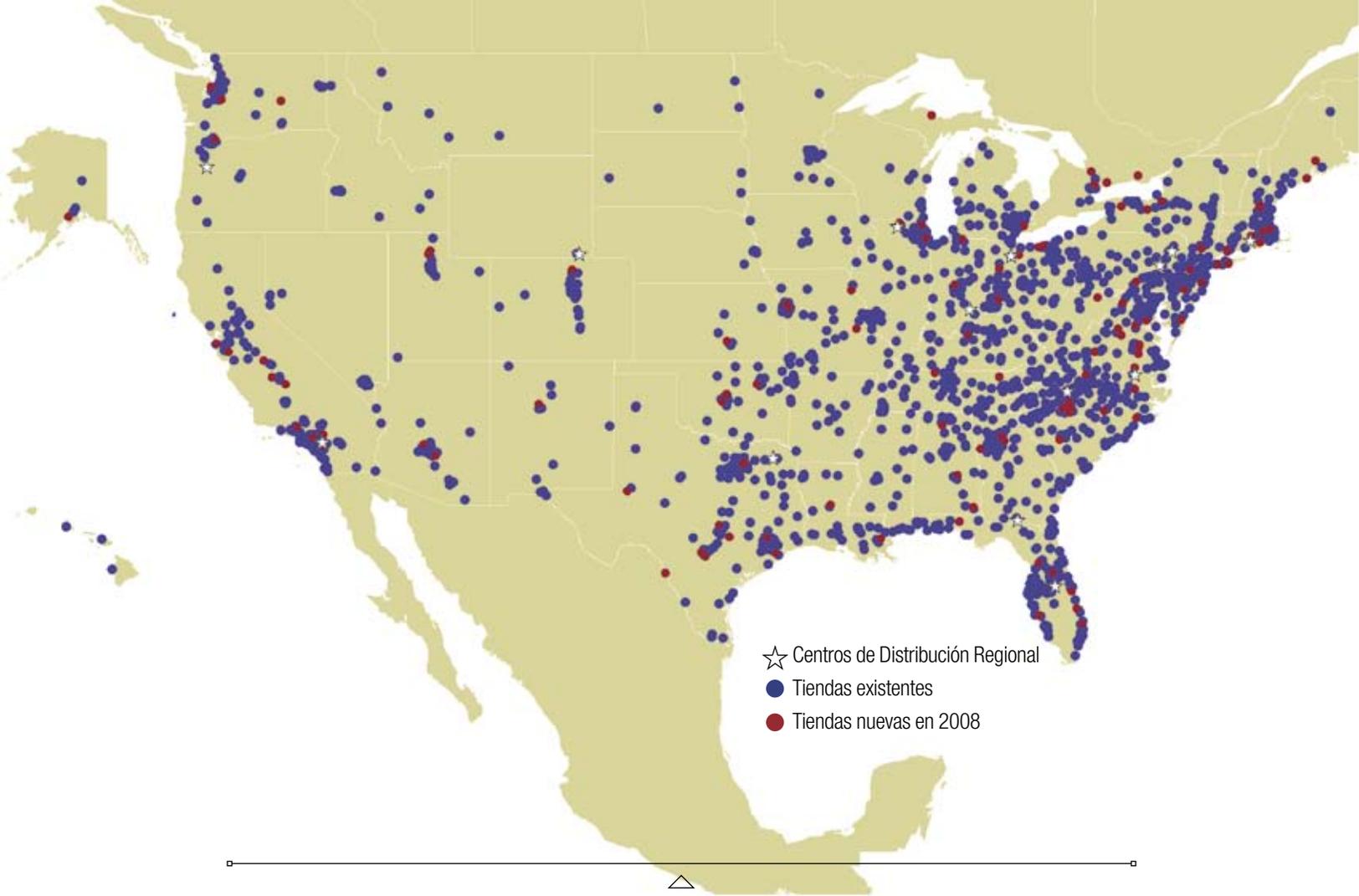
TIENDAS NUEVAS

Debido a las crecientes presiones sobre los clientes y a la debilidad continua de las perspectivas para la vivienda, hemos disminuido el ritmo de nuestro programa de expansión de tiendas en 2008. Usando nuestra estrategia de expansión disciplinada, en 2008 abrimos 115 tiendas nuevas en grandes mercados en todos los Estados Unidos y el área metropolitana de Toronto, por debajo de las 153 tiendas en 2007. Finalizamos el año con 1,649 tiendas, incluidas 11 en Canadá. En la actualidad, usamos nuestros tres prototipos primarios (los formatos de 8,732.89, 9,569.01 y 10,869.66 metros cuadrados) para penetrar en mercados con pocas tiendas y satisfacer las necesidades de los clientes.

Con la actual presión económica a plena vista, debemos reducir aún más los planes de crecimiento de nuestras tiendas en 2009. Esperamos construir 60 a 70 tiendas nuevas el próximo año. A pesar de que el ritmo de crecimiento de las tiendas ha disminuido, confiamos en las oportunidades que ofrecen estos mercados y continuaremos examinando cuidadosamente las condiciones económicas actuales y las posibilidades futuras a la vez que ponemos en práctica nuestra estrategia de expansión de tiendas disciplinada en los años por venir.

NUEVOS FORMATOS

Equilibramos nuestra responsabilidad de un crecimiento disciplinado y rentable de las tiendas con las oportunidades de aumentar nuestra presencia en mercados con pocas tiendas. Evaluamos el panorama de venta al por menor para identificar oportunidades de alcanzar rentablemente a más clientes. Guiados por nuestra investigación y análisis del mercado, probamos y evaluamos nuevos prototipos de tiendas. Actualmente, estamos probando dos prototipos que podrían proporcionar la oportunidad de penetrar de manera eficiente los mercados rurales más pequeños. En la segunda mitad del año fiscal 2007, abrimos una tienda de 7,432.24 metros cuadrados con un almacén de madera transitable y, en diciembre de 2008, abrimos nuestra primera tienda de formato de 6,131.60 metros cuadrados. La demografía, el tamaño de mercado y, recientemente, la expectativa de volumen de ventas son factores decisivos en la determinación del prototipo que mejor se adapta a cada oportunidad de mercado. No sólo evaluamos nuestras oportunidades en mercados pequeños, sino que también estamos probando prototipos que nos permitan penetrar más en mercados metropolitanos que a menudo cuentan con restricciones de espacio. Nuestros formatos flexibles, incluido el formato de tienda de niveles múltiples que cuenta con estacionamientos en el techo, nos proporcionan los medios para satisfacer mejor a estos mercados. A medida que los prototipos de tiendas evolucionan para apoyar nuestro crecimiento de tiendas medido, sin importar el formato, todas las tiendas de Lowe's exhibirán nuestro mejor ambiente de compra.



POSIBILIDADES DE CONSTRUCCIÓN

En los buenos y en los malos tiempos, no todos los mercados son iguales. Hoy en día, ciertos mercados experimentan disminuciones desproporcionadas en muchas de las variables macroeconómicas que influyen en los clientes de mejora del hogar, incluidas las disminuciones marcadas en las ventas de viviendas y los precios inmobiliarios además de un aumento en el desempleo y una disminución de la confianza de los clientes. Por otro lado, otros mercados han permanecido más estables. Y, aunque lo enmascaran los titulares de la economía nacional en depresión, ciertos mercados continúan creciendo. Son aquellos mercados más estables y en desarrollo los que ofrecen oportunidades.

Texas

Las condiciones económicas permanecen relativamente sanas en Texas, puesto que los precios inmobiliarios se han mantenido estables y nuestras ventas en tiendas comparables han superado las metas. Nuestros planes de apertura de 2009 incluyen siete tiendas nuevas en este mercado más flexible.

Canada

Abrimos nuestras primeras tiendas en Canadá durante la segunda parte del año fiscal 2007 y operamos 11 tiendas a principios del año fiscal 2009. Consideramos que hay oportunidades para muchas más tiendas en este mercado poco explotado y tenemos la intención de abrir cinco tiendas nuevas este año en Canadá.

Washington, DC

Washington experimentó un drástico aumento en el precio de las viviendas durante la primera mitad de esta década, pero desde entonces los precios han caído drásticamente. Según nuestros cálculos, nuestras tiendas en Washington prestan servicio a sólo un 20 por ciento de los hogares, lo que resalta las oportunidades adicionales, pero las condiciones de vivienda actuales sugieren que es mejor esperar antes de continuar nuestra expansión en este mercado.

California

Actualmente, tenemos más de 100 tiendas en California y, en el futuro, creemos que habrá espacio considerable para una expansión adicional, pero debido a las mayores presiones del área que han traído como consecuencia las graves caídas de los precios, desalojos y reducción de las ventas, planeamos abrir sólo tres tiendas en California en 2009.



El alumno de cuarto año – Bernardo Garcia junto a los ejecutivos de Lowe’s Jim Frasso, Vicepresidente Senior de Operaciones de Tiendas, División Noreste (centro), y Mike Brown, Vicepresidente ejecutivo de Operaciones de Tiendas (a la derecha), en el patio de recreo que Lowe’s ayudó a construir en The Learning Community School en Central Falls, Rhode Island.

EQUILIBRIO

CONSTRUYENDO NUESTRO NEGOCIO MIENTRAS CONSTRUIMOS COMUNIDADES

Lowe’s se enorgullece de ser un buen vecino y un ciudadano socialmente responsable, al servir a nuestras comunidades y empleados de maneras que reflejan nuestros valores corporativos.

En 2008, Lowe’s y la Fundación Benéfica y Educativa de Lowe’s (Lowe’s Charitable and Educational Foundation, LCEF) otorgaron en conjunto más de \$26 millones a escuelas públicas desde jardín de infantes hasta 12º grado y a organizaciones sin fines de lucro para apoyar a más de 1,800 proyectos de mejora comunitaria en las comunidades a las que servimos. La Fundación Benéfica y Educativa de Lowe’s otorgó más de \$4.1 millones en subsidios Toolbox for Education® para apoyar las bibliotecas de escuelas públicas, patios de recreo, proyectos de mejora comunitaria y del ambiente.

Inspirado en la carta de un estudiante, Lowe’s otorgó un subsidio de \$110,000 a The Learning Community, una escuela pública de alto rendimiento que presta

servicios a niños y familias de Central Falls, Providence y Pawtucket, Rhode Island. Motivado por una asignación de redacción escolar, Bernardo Garcia, un alumno de cuarto grado, escribió una convincente carta a Lowe’s, solicitando césped para cubrir el estacionamiento que también sirve como el patio de juegos de los niños. Lowe’s alentó a la escuela a solicitar un subsidio Toolbox for Education. Con un subsidio otorgado en 2008, un equipo de empleados de Lowe’s, padres y voluntarios de la comunidad se pusieron en acción y convirtieron en realidad el sueño de los estudiantes. El resultado fue un parque en miniatura que cuenta con equipo tradicional de parque de juegos además de áreas cubiertas de césped, compuesto orgánico, goma, asfalto o madera, para crear superficies duras y blandas. Éste es sólo uno de muchos ejemplos de cómo nuestro enfoque en invertir en el futuro de nuestro negocio va más allá de nuestras tiendas.

Para obtener más información sobre las políticas de participación comunitaria y de responsabilidad social, visite www.Lowes.com/community.

LOWE'S

REVISIÓN FINANCIERA

2008



- 17** Análisis y discusión de la gerencia sobre la condición financiera y los resultados de las operaciones
- 26** Informe de la gerencia sobre el control interno de la información financiera
- 27** Informes de la firma de contadores públicos registrados independientes
- 28** Estados consolidados de ganancias
- 29** Estados de situación consolidados
- 30** Estados consolidados del capital de los accionistas
- 31** Estados consolidados de flujos de efectivo
- 32** Notas relativas a los estados financieros consolidados
- 43** Datos financieros seleccionados
- 44** Rendimiento de las acciones
- 45** Revisión trimestral del rendimiento
- 46** Historia financiera de una década

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LA GERENCIA SOBRE LA CONDICIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DE LAS OPERACIONES

El siguiente análisis y discusión resume los factores significativos que afectaron nuestros resultados operativos consolidados, nuestra condición financiera, nuestra liquidez y nuestros recursos de capital durante el período de tres años que finalizó el 30 de enero de 2009 (años fiscales 2008, 2007 y 2006). Cada uno de los años fiscales presentados abarca 52 semanas de resultados operativos. Salvo que se indique lo contrario, todas las referencias de los años 2008, 2007 y 2006 aquí mencionadas, representan los años fiscales que finalizaron el 30 de enero de 2009, el 1 de febrero de 2008 y el 2 de febrero de 2007, respectivamente. Esta discusión se debe leer en conjunto con los estados financieros consolidados y sus notas correspondientes, incluidos en este informe anual que ha sido preparado de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos de América.

RESUMEN EJECUTIVO

Factores externos que influyen en nuestro negocio

Entramos en el año 2008 sabiendo que un difícil entorno de ventas pondría presión sobre nuestros resultados, pero los efectos de los precios cada vez más bajos de las viviendas, el desempleo en aumento y los mercados crediticios cada vez más estrictos fueron incluso mayores que lo esperado. Al resaltar el impacto del actual entorno económico en nuestro negocio, las ventas de tiendas comparables disminuyeron en un 7.2% en el año 2008, mientras que el margen bruto disminuyó en 43 puntos básicos en comparación con el año anterior. Las presiones económicas en los consumidores se intensificaron en el cuarto trimestre a medida que el desempleo aumentó, lo que ocasionó una mayor disminución de la confianza del consumidor y el gasto en bienes de consumo. De hecho, el gasto en bienes de consumo siguió contrayéndose a la tasa más rápida en más de 25 años. Para el cuarto trimestre de 2008, las ventas de tiendas comparables disminuyeron un 9.9%, mientras que el margen bruto disminuyó en 115 puntos base en comparación con el cuarto trimestre de 2007.

Durante el cuarto trimestre de la época festiva de 2008, como los gastos del consumidor se contrajeron, sabíamos que la competencia por ventas sería intensa en ciertas categorías donde competimos con un mayor grupo de detallistas. Durante una de las épocas festivas con mayor promoción que recordemos, decidimos ser proactivos y movernos más rápido y con más profundidad que lo que habíamos planeado originalmente con los descuentos de temporada. Además, aceleramos nuestra estrategia de salida para la mayoría de nuestro grupo de productos de papel tapiz. Estos descuentos más agresivos en la mercancía presionaron el margen de ganancia en el cuarto trimestre de 2008 pero mejoraron nuestra posición de inventario al encaminarnos al 2009. Esperamos que en nuestro primer trimestre de 2009 el margen de ganancia se recupere y esté sólo un poco por debajo en comparación con el primer trimestre de 2008.

Para el año, calculamos que el componente discrecional de nuestras ventas disminuya en aproximadamente un tercio de las ventas totales, al bajar alrededor de un 45% en 2006, a medida que el número y tamaño de proyectos discrecionales siguen disminuyendo. Esta vacilación para invertir en proyectos discrecionales más grandes llevó a una disminución de un 9% en las ventas de recibos de tiendas comparables sobre los \$500 durante el año. Sin embargo, los recibos inferiores a \$50 sólo experimentaron una disminución de un 2% en ventas de tiendas comparables en 2008, prueba de la solidez relativa de artículos de recibos más pequeños.

El entorno de ventas sigue siendo desafiante y las presiones externas que enfrenta nuestra industria continuarán en 2009. El potencial de recuperación de la demanda durante 2009 depende principalmente de factores fuera de nuestro control, siendo las estadísticas de empleo cada vez más estables una de las más importantes para restablecer el gasto en bienes de consumo. Con la incertidumbre del entorno actual, permanecemos enfocados en disponer el capital eficazmente, controlar los gastos y ganar una participación rentable en el mercado.

Disponer el capital eficazmente

Hemos analizado cuidadosamente nuestro plan de capitalización de 2009 y hemos reducido nuestras aperturas de tiendas planificadas a entre 60 y 70 tiendas, incluidas aproximadamente cinco aperturas de tiendas en Canadá y dos en México. Esto representa una disminución de 115 aperturas de tiendas en 2008. La reducción en las aperturas de tiendas responde al difícil entorno económico de los mercados en todo EE.UU. También estamos racionalizando otros gastos de

capital, incluidos los esfuerzos de recomercialización de nuestras tiendas, para asegurar un adecuado rendimiento de nuestra inversión. Estos cambios han reducido nuestro plan de capitalización a \$2.5 mil millones en 2009, una reducción de \$1.1 mil millones en comparación con nuestro gasto de capital en 2008.

Adicionalmente, según corresponda, ajustamos nuestro formato de tienda en los mercados grandes y medianos como parte de un esfuerzo general para mejorar el apalancamiento de nuestro capital invertido. Durante los últimos años, hemos utilizado un formato de tiendas de 103,000 pies cuadrados (103K), que es aproximadamente un 12% menor que el formato de 117,000 pies cuadrados, en una serie de locales metropolitanos con restricciones de tamaño. Esta disminución en el tamaño de las tiendas proporcionó una reducción promedio del gasto de \$2 millones por tienda y proporcionará una reducción permanente de los costos de servicios públicos y de mantenimiento. En 2009, continuaremos aumentando la proporción de nuevas tiendas utilizando el formato de tienda de 103K, y en el futuro tenemos planes de utilizar este formato de tienda para la mayoría de nuestros proyectos.

Nuestra red de distribución centralizada siempre ha sido fundamental para nuestro éxito. Nuestra red se compone de 14 centros de distribución regionales (RDC, por sus siglas en inglés); 15 centros de distribución de plataforma (FDC, por sus siglas en inglés); cuatro instalaciones para apoyar nuestro negocio de importación, Ventas por pedidos especiales y cumplimiento de ventas a través de Internet y tres instalaciones de traslado. Esta red nos permite entregar los productos adecuados a las tiendas adecuadas en el momento adecuado. Continuaremos mejorando nuestros procesos y sistemas de logística y distribución para integrar mejor nuestra planificación y ejecución. Esto nos permite seguir administrando nuestra inversión de inventarios, aumentar la eficiencia de nuestra red de distribución y hacer evolucionar el proceso que sigue siendo una de nuestras ventajas competitivas.

Controlar los gastos

Nuestro mayor gasto es la nómina, y nos esforzamos por mantener las horas de nómina de nuestras tiendas en proporción con los volúmenes de venta y, más específicamente, con los volúmenes de venta de cada departamento dentro de nuestras tiendas. Nuestra meta es administrar nuestro gasto de nómina sin sacrificar el servicio al cliente, que se logra con el modelo de dotación de personal que hemos desarrollado durante muchos años. El modelo de dotación de personal se revisa habitualmente para incorporar las mejoras y la eficiencia que hemos implementado y que nos permiten desplazar las horas no relacionadas con la venta a horas de venta. Algunos ejemplos de estas mejoras en 2008 son nuestra iniciativa de flujo de flete que adoptó las mejores prácticas de nuestro proceso de recepción y las implementó en toda la cadena. Además, durante 2008, redujimos el horario de atención al público en algunos de nuestros mercados con ventas más lentas cuando terminó el horario de verano, lo que nos permitió reasignar las horas en las tiendas implicadas a las horas de más actividad del día. Como resultado de estas mejoras, actualizamos nuestro modelo de dotación de personal para el año 2009, que reduce las horas necesarias y el umbral de las horas base sin reducir las horas de interacción con el cliente. Seguiremos supervisando de cerca nuestros niveles de servicio a lo largo del año 2009 para asegurarnos de que estos cambios a nuestro modelo de dotación de personal no afecten negativamente nuestro servicio al cliente.

Asimismo, revisamos nuestro proceso de inventario físico para identificar mejoras al proceso y ahorros de costos. La mayoría de nuestras tiendas históricamente ha tenido dos inventarios físicos al año; no obstante, desde hace varios años nuestras iniciativas de control de las mermas de inventario han producido sólidos resultados. Por consiguiente, comenzamos una prueba de realizar un solo inventario físico en nuestras tiendas con mejor rendimiento. Durante los últimos cuatro años, hemos aumentado lentamente la cantidad de tiendas con un solo inventario físico y no hemos experimentado ningún aumento perceptible en los resultados de las mermas de esas tiendas. Por ende, estamos pasando más tiendas a un solo inventario al año en 2009, lo que ahorrará aproximadamente \$10 millones.

Conforme hemos tenido una mayor penetración en los mercados de EE. UU., nuestra mayor densidad de tiendas nos ha permitido aprovechar a nuestro personal de los distritos y las regiones. Durante los últimos dos años, agregamos 268 tiendas, pero sólo una región y 15 distritos, con lo que aumentó el número de tiendas promedio por distrito de ocho a nueve y el número de tiendas promedio por

región de 66 a 75. Adicionalmente, hemos ampliado la cobertura de nuestros gerentes de operaciones de área y de prevención de pérdidas de área, lo que aumentó el número promedio de tiendas que abarca cada gerente en más de tres tiendas, en lugar de agregar empleados en estos puestos. Confiamos en que seguiremos teniendo la supervisión necesaria para garantizar la aplicación constante y eficaz de nuestras políticas y procedimientos, al mismo tiempo que se reducen los gastos.

Durante los últimos tres años, hemos administrado nuestro personal corporativo principalmente a través del desgaste, para igualar el entorno de ventas cada vez más lentas. Al ocupar sólo los puestos más necesarios, hemos logrado congelar eficazmente las contrataciones a nivel corporativo durante casi dos años. Como resultado, congelamos o dejamos vacantes casi 400 puestos en el nivel de la oficina corporativa en 2008. Como medida de nuestros esfuerzos para asegurar una adecuada administración de nuestra infraestructura corporativa, durante los últimos dos años el número de tiendas y el metraje cuadrado de ventas ha crecido cada uno en más del 19%, mientras que nuestro personal corporativo ha crecido en menos del 5%.

Por último, en los últimos dos años, redujimos nuestro gasto de mercadeo en \$84 millones. Esto fue el resultado de reducciones considerables en medios de comunicación de masas a medida que la marca Lowe's obtuvo reconocimiento nacional y participación de mercado y publicidad más dirigida, que incluye el programa USPS New Movers (Nuevas mudanzas del Servicio postal de EE.UU.) y diversos programas multiculturales.

Ganar una participación rentable en el mercado

Nuestra meta sigue siendo impulsar ganancias de participación en el mercado durante estos tiempos difíciles. De acuerdo con cálculos de terceros, ganamos aproximadamente 300 puntos básicos de la participación en el mercado total de ventas unitarias durante la crisis de la industria de mejoras del hogar que comenzó hace tres años. Esto comprueba nuestra atractiva oferta de productos, compromiso con el servicio al cliente y nuestra capacidad de capitalizar el panorama competitivo en evolución.

Continuamos perfeccionando y mejorando nuestro programa de "orientación al cliente", que mide el rendimiento de cada tienda según componentes clave de la satisfacción del cliente: habilidades de venta, entrega, ventas e instalaciones, experiencia en caja. Los puntajes del servicio al cliente, medidos según nuestro proceso trimestral enfocado en el cliente, nunca habían sido tan altos. Sabemos que la base de nuestro éxito son nuestras personas y este difícil entorno económico nos ha proporcionado la oportunidad de contratar y retener a excelentes personas. Durante los dos últimos años, hemos visto aumentar la antigüedad de un gerente de tienda de Lowe's en casi ocho meses de un promedio de un poco más de siete años a un promedio de casi ocho años. De manera adicional, la antigüedad promedio de otros miembros del equipo de administración de tienda aumentó en casi nueve meses durante ese período. Estamos seguros de que continuaremos construyendo una base sólida y experimentada para proporcionar un excelente servicio e impulsar las ventas hoy y cuando el entorno económico comience a mejorar.

OPERACIONES

La siguiente tabla muestra la relación porcentual de las ventas netas de cada elemento de la lista de los estados consolidados de ganancias y el cambio porcentual expresado en dólares del año anterior. Esta tabla se debe leer junto con el siguiente análisis y discusión, y con los estados financieros consolidados y sus correspondientes notas.

			Aumento/ (disminución) en puntos básicos del porcentaje de las ventas netas del año anterior	Aumento/ (disminución) porcentual en montos en dólares del año anterior
	2008	2007	2008 en comparación con 2007	2008 en comparación con 2007
Ventas netas	100.00%	100.00%	N/A	(0.1)%
Margen bruto	34.21	34.64	(43)	(1.3)
Gastos:				
Ventas, generales y administrativos	22.96	21.78	118	5.3
Costos de apertura de tiendas	0.21	0.29	(8)	(27.5)
Depreciación	3.19	2.83	36	12.7
Interés: neto	0.58	0.40	18	44.3
Gastos totales	26.94	25.30	164	6.4
Ganancias previas a la deducción de impuestos	7.27	9.34	(207)	(22.3)
Provisión para impuesto sobre la renta	2.72	3.52	(80)	(23.0)
Ganancias netas	4.55%	5.82%	(127)	(21.8)%

			Aumento/ (disminución) en puntos básicos del porcentaje de las ventas netas del año anterior	Aumento/ (disminución) porcentual en montos en dólares del año anterior
	2007	2006	2007 en comparación con 2006	2007 en comparación con 2006
Ventas netas	100.00%	100.00%	N/A	2.9%
Margen bruto	34.64	34.52	12	3.3
Gastos:				
Ventas, generales y administrativos	21.78	20.75	103	8.0
Costos de apertura de tiendas	0.29	0.31	(2)	(3.9)
Depreciación	2.83	2.48	35	17.5
Interés: neto	0.40	0.33	7	26.4
Gastos totales	25.30	23.87	143	9.1
Ganancias previas a la deducción de impuestos	9.34	10.65	(131)	(9.7)
Provisión para impuesto sobre la renta	3.52	4.03	(51)	(10.1)
Ganancias netas	5.82%	6.62%	(80)	(9.5)%

Otros indicadores	2008	2007	2006
Aumento/(disminución) de ventas en tiendas comparables ¹	(7.2)%	(5.1)%	0.0%
Total de las transacciones de clientes (en millones)	740	720	680
Recibo promedio ²	\$65.15	\$67.05	\$68.98
Al finalizar el año:			
Cantidad de tiendas	1,649	1,534	1,385
Pies cuadrados de pisos de ventas (en millones)	187	174	157
Tamaño promedio de tiendas según pies cuadrados de pisos de ventas (en miles) ³	113	113	113
Rendimiento del promedio de activos ⁴	6.8%	9.5%	11.7%
Rendimiento del promedio del capital de los accionistas ⁵	12.7%	17.7%	20.8%

¹ Definimos una tienda comparable como aquella que ha abierto sus puertas hace más de 13 meses. Una tienda que ha sido identificada para su reubicación ya no se considera comparable un mes antes de su reubicación. Para que una tienda reubicada se considere comparable, debe permanecer abierta más de 13 meses. El aumento de ventas en tiendas comparables de 2006 incluido en la tabla precedente se calculó en función de las ventas de un periodo comparable de 52 semanas puesto que el año fiscal 2005 tuvo 53 semanas.

² Definimos recibo promedio como las ventas netas divididas por la cantidad total de transacciones del cliente.

³ Definimos tamaño promedio de tiendas según pies cuadrados de pisos de ventas como los pies cuadrados de pisos de ventas divididos por la cantidad de tiendas abiertas al final del periodo.

⁴ Rendimiento del promedio de activos se define como las ganancias netas divididas por el promedio total de activos de los últimos cinco trimestres.

⁵ Rendimiento del promedio del capital de los accionistas se define como las ganancias netas divididas por el promedio del capital de los accionistas de los últimos cinco trimestres.

Año fiscal 2008 comparado con el año fiscal 2007

Ventas netas

Reflejo del difícil entorno de ventas, las ventas netas disminuyeron en un 0.1% a \$48.2 mil millones en 2008. Las ventas en tiendas comparables disminuyeron en un 7.2% en 2008 en comparación con una baja de un 5.1% en 2007. El total de las transacciones de clientes aumentó en un 2.8% en comparación con el año 2007, impulsado por nuestro programa de expansión de tiendas. Sin embargo, el recibo promedio disminuyó en un 2.8% a \$65.15, como resultado de menos ventas de proyecto. En las tiendas comparables, las transacciones de clientes disminuyeron en un 4.1% y los recibos promedio disminuyeron un 3.1%, respectivamente, con relación al 2007.

La debilidad de las ventas que seguimos experimentando fue más pronunciada en proyectos discrecionales más grandes y fue el resultado de reducciones drásticas del gasto en bienes de consumo. Algunas de nuestras categorías de proyectos, incluidas gabinetes y cubiertas y ventanas y puertas, experimentaron disminuciones de dos dígitos en las ventas de tiendas comparables para el año. Estas dos categorías de proyectos junto con pisos representaron aproximadamente el 17% de nuestras ventas totales en 2008. Esto es similar a los niveles del año 2002, después de haber alcanzado el punto más alto con casi un 18.5% en 2006. También experimentamos una debilidad continua en algunas de nuestras categorías de estilo, como plomería decorativa, iluminación y ventanas y paredes. Estas categorías de productos también son de naturaleza más discrecional y arrojaron disminuciones de dos dígitos en las ventas de tiendas comparables para el año.

Debido a la vacilación de los consumidores para asumir proyectos discrecionales más grandes, experimentamos resultados dispares en las ventas especializadas durante el año. Las ventas por pedidos especiales arrojaron una disminución de un 9.5% en las ventas de tiendas comparables, debido a una debilidad continua en gabinetes y cubiertas, plomería decorativa, iluminación y ventanas y puertas. Las ventas instaladas tuvieron un rendimiento sobre nuestro cambio de las ventas promedio en tiendas comparables con una disminución de 6.0% para el año 2008. Sin embargo, experimentamos bajas disminuciones de dos dígitos en las ventas de tiendas comparables en el tercer y cuarto trimestre de 2008 cuando el entorno económico empeoró. Las ventas a clientes de negocios comerciales han seguido entregando ventas en tiendas comparables por sobre el promedio durante esta crisis de la industria como resultado de nuestros esfuerzos dirigidos para enfocarnos en los comerciantes profesionales, los profesionales de mantenimiento de propiedades y los reparadores/remodeladores.

Experimentamos un sólido rendimiento en ventas debido a un aumento de la demanda de productos relacionados con los huracanes, lo que ayudó a impulsar un aumento en las ventas de tiendas comparables de materiales de construcción y cambios en las ventas en tiendas comparables por sobre el promedio en equipos eléctricos para exteriores y ferretería. Las comparaciones favorables debido a las condiciones de sequía del año pasado contribuyeron a cambios en las ventas en tiendas comparables por sobre el promedio en nuestras categorías de productos para césped y paisajismo y de vivero. La continua disposición de los propietarios de asumir proyectos más pequeños para mejorar sus espacios exteriores y mantener sus casas también contribuyeron al cambio en las ventas de tiendas comparables por sobre el promedio en nuestra categoría de vivero, así como también en pintura y ambiente del hogar. Otras categorías que tuvieron un rendimiento superior a nuestro promedio de cambio de ventas de tiendas comparables incluyeron electrodomésticos y plomería de base, mientras que pisos y ambientes de temporada tuvieron un rendimiento cercano al promedio corporativo general.

Desde una perspectiva geográfica de mercado, experimentamos una amplia variedad de rendimientos de ventas de tiendas comparables durante los primeros tres trimestres de 2008. Los mercados en el oeste de EE.UU. y Florida, que incluyen algunos de los mercados más presionados por el mercado inmobiliario a la baja, experimentaron disminuciones de dos dígitos en las ventas de tiendas com-

parables durante cada uno de los primeros tres del año. En contraste con esos mercados obtuvimos sólidos resultados de ventas en nuestros mercados de Texas, Oklahoma, algunas áreas de la región noreste y partes del norte de la región central y Ohio Valley durante el mismo periodo. Sin embargo, en el cuarto trimestre de 2008, las presiones económicas en los consumidores se intensificaron a medida que el desempleo aumentó, lo que ocasionó una mayor disminución de la confianza del consumidor y el gasto en bienes de consumo. Esto afectó a todos nuestros mercados geográficos, lo que generó un descenso de las ventas de tiendas comparables de un 9.9% para el cuarto trimestre, en comparación con una disminución de un 7.2% para el año.

Margen bruto

Para el año 2008, el margen bruto de 34.21% representó una disminución de 43 puntos básicos desde el año 2007. Esta disminución la impulsó principalmente la instalación de alfombras y otras promociones, que afectaron negativamente el margen bruto en aproximadamente 21 puntos básicos. Vimos también una disminución de aproximadamente 14 puntos básicos debido a los precios más altos de los combustibles durante la primera mitad del año y la disminución de los costos fijos de distribución. Asimismo, los productos rebajados asociados con nuestra decisión de salir del papel tapiz redujeron el margen bruto en alrededor de tres puntos básicos. La disminución de estos factores se compensó en parte con un efecto positivo de aproximadamente 12 puntos básicos derivados de las menores mermas de inventario y alrededor de cuatro puntos básicos atribuibles a la mezcla de productos vendidos.

Para el cuarto trimestre de 2008, el margen bruto de 33.73% representó una disminución de 115 puntos básicos desde el cuarto trimestre de 2007, la que fue impulsada por una serie de factores. Experimentamos una alta actividad de promociones en muchas categorías de productos ya que la competencia inició promociones de liquidación de inventario en el trimestre. Con el objeto de proteger las franquicias de nuestros clientes y nuestra imagen de precios, igualamos diversas ofertas de la competencia durante el trimestre que afectaron negativamente el margen bruto en cerca de 50 puntos básicos. Además, nuestros esfuerzos para liquidar el inventario de temporada de las categorías ambientes de temporada y herramientas afectó el margen bruto en alrededor de 30 y 20 puntos básicos, respectivamente. Del mismo modo, los productos rebajados asociados con nuestra decisión de salir del papel tapiz redujeron el margen bruto en aproximadamente 15 puntos básicos. Los mayores precios de los combustibles aumentaron el costo de los bienes vendidos y afectaron negativamente el margen bruto en alrededor de 10 puntos básicos. Compensó levemente estos elementos un impacto positivo de 14 puntos básicos de las menores mermas de inventario.

Gastos de ventas, generales y administrativos

El aumento de los gastos de ventas, generales y administrativos expresado en porcentaje de ventas desde el 2007 al 2008 fue impulsado principalmente por la disminución en 70 puntos básicos en la nómina de tienda. Conforme a la disminución de ventas, más tiendas cumplieron el umbral de horas laborables, lo que aumentó la proporción de gastos fijos respecto del total de los gastos de nómina. Aunque a corto plazo esto generó presión sobre las ganancias, a largo plazo asegura que mantengamos el alto nivel de servicio que los clientes esperan de Lowe's. La disminución resultante de la nómina de tienda lo compensó en parte el aprovechamiento de 31 puntos básicos de gastos por servicios en la tienda, debido al cambio de algunas tareas realizadas por terceros, grupos de servicios en la tienda, a empleados de la tienda. El impacto compensador de estos dos factores produjo una disminución neta de 39 puntos básicos. Experimentamos una disminución de aproximadamente 21 puntos básicos en gastos fijos, como impuestos a la propiedad, servicios públicos y alquiler durante el año a raíz de las ventas escasas. Igualmente, experimentamos 11 puntos básicos de disminución asociada con la cancelación de nuevos proyectos de tiendas que ya no realizaremos y un cargo por disminución de activos de larga duración para las tiendas abiertas. Además experimentamos una disminución de aproximadamente nueve puntos básicos en gastos de bonificaciones atribuibles a un alto logro de los objetivos de desempeño este año, junto con una disminución de siete puntos básicos en gastos de planes de jubilación debido a cambios en el Plan 401(k) que aumentaron nuestro aporte compensatorio en relación con el año anterior.

Costos de apertura de tiendas

Los costos de apertura de tiendas, incluidos los costos de nómina y abastecimiento anteriores a la apertura de las tiendas y los costos de publicidad durante la inauguración de tiendas, totalizaron \$102 millones en 2008 en comparación con los \$141 millones de 2007. Estos costos están asociados con la apertura de 115 tiendas nuevas en 2008, en contraste con las 153 tiendas de 2007 (149 nuevas y cuatro reubicadas). Los costos de apertura de las tiendas inauguradas durante el año promediaron aproximadamente \$0.8 millones y \$0.9 millones por tienda en 2008 y 2007, respectivamente. Puesto que los costos de apertura de tiendas se

realizan en el momento, la fecha en la que se reconocen los gastos fluctúa según las fechas de apertura de las tiendas.

Depreciación

En 2008, la depreciación disminuyó 36 puntos básicos expresados en porcentaje de ventas. Esta disminución fue impulsada por la adición de 115 tiendas nuevas en 2008 y la disminución de las ventas en tiendas comparables. El bien patrimonial menos la depreciación acumulada, aumentó hasta alcanzar \$22.7 mil millones al 30 de enero de 2009 en comparación con los \$21.4 mil millones al 1 de febrero de 2008. Al 30 de enero de 2009 éramos propietarios del 88% de nuestras tiendas, en comparación con el 87% al 1 de febrero de 2008, lo que incluye las situadas en terrenos arrendados.

Interés

El gasto de interés neto está distribuido de la siguiente manera:

(En millones)	2008	2007
Gasto de interés, neto del monto capitalizado	\$314	\$230
Amortización de los costos de la emisión con descuento y préstamos	6	9
Intereses devengados	(40)	(45)
Interés: neto	\$280	\$194

El gasto de interés aumentó principalmente como consecuencia de la emisión de deuda de \$1.3 mil millones en septiembre de 2007 y el menor interés capitalizado asociado con menos tiendas en construcción.

Provisión para impuesto sobre la renta

Nuestra tasa de impuesto sobre la renta efectiva fue del 37.4% en 2008 en comparación con el 37.7% de 2007. Esta disminución se debió al aumento de créditos fiscales federales y estatales expresados en porcentaje de los ingresos gravables en 2008 en comparación con el año anterior.

Año fiscal 2007 comparado con el año fiscal 2006

Ventas netas

Las ventas aumentaron en un 2.9% a \$48.3 mil millones en 2007. El aumento de las ventas fue impulsado principalmente por nuestro programa de expansión de tiendas. Abrimos 153 tiendas en 2007, incluidas 4 reubicaciones, y finalizamos el año con 1,534 tiendas en EE.UU. y Canadá. Sin embargo, en 2007 un entorno de ventas difícil provocó una disminución del 5.1% de las ventas en tiendas comparables en relación con las ventas estables en 2006. El total de las transacciones de clientes aumentó un 5.9% en comparación con 2006, mientras que el recibo promedio disminuyó un 2.8% hasta llegar a \$67.05, lo que representó una menor cantidad de ventas de proyectos. En las tiendas comparables, las transacciones de clientes disminuyeron en un 1.8% y los recibos promedio disminuyeron un 3.3%, respectivamente, con relación al 2006.

Las ventas en tiendas comparables disminuyeron un 6.3%, 2.6%, 4.3% y 7.6% en el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de 2007, respectivamente. Nuestra industria se vio afectada por un mercado inmobiliario débil, el mercado hipotecario escaso, las presiones deflacionarias continuadas de la madera y la madera contrachapada y los cambios de clima intempestivos, incluidas las sequías excepcionales en determinadas regiones de EE.UU. Desde una perspectiva geográfica de mercado, continuamos notando diferencias impresionantes en el rendimiento. Nuestros mercados con peor rendimiento estuvieron en las regiones que se han visto mayormente afectadas por la dinámica del mercado inmobiliario, como California y Florida. Estas regiones y la Costa del golfo redujeron nuestras ventas anuales en tiendas comparables aproximadamente en 250 puntos básicos para el año. En contraste con estos mercados, hemos visto rendimientos de ventas en tiendas comparables relativamente mejores en nuestros mercados de la parte central de EE. UU., los que recibieron un menor impacto del mercado inmobiliario. Dos de estos mercados, que abarcan regiones de Texas y Oklahoma, arrojaron ventas en tiendas comparables positivas en 2007 y han tenido un impacto positivo en nuestras ventas anuales en tiendas comparables de aproximadamente 100 puntos básicos.

Como reflejo del difícil entorno de ventas, sólo dos de nuestras 19 categorías de productos experimentaron en 2007 aumentos de ventas en tiendas comparables. Entre las categorías que rindieron por sobre el cambio promedio de ventas en tiendas comparables se encuentran: plomería de base, productos para césped y paisajismo, ferretería, pintura, iluminación, vivero, plomería decorativa y electrodomésticos. Además, los equipos eléctricos para exteriores tuvieron un rendimiento cercano al cambio promedio de las ventas en tiendas comparables de 2007. A pesar del difícil entorno de ventas, según cálculos de terceros, pudimos ganar participación en el mercado de ventas unitarias de 80 puntos básicos para

toda la tienda en el año calendario 2007. El continuo y sólido aumento de nuestra participación en el mercado de ventas unitarias indica que estamos proporcionando un gran servicio y valor a nuestros clientes.

En 2007, nuestras iniciativas de ventas especializadas de "los 3 grandes" arrojaron resultados variados. En 2007, las ventas instaladas y las ventas por pedidos especiales crecieron un 2.8% y un 0.5%, respectivamente. Debido a las deficiencias de los proyectos más costosos y complejos, las ventas en tiendas comparables para ventas instaladas y para ventas por pedidos especiales disminuyeron en un 5.5% y un 8.1%, respectivamente. Durante el año, las ventas instaladas y las ventas por pedidos especiales representaron un 6% y un 8% de las ventas totales, respectivamente. En cambio, el crecimiento de ventas totales para clientes de negocios comerciales superó el promedio de la empresa.

Margen bruto

En 2007, el margen bruto del 34.64% representó un aumento de 12 puntos básicos con respecto al 2006. Este aumento expresado en porcentaje de ventas fue impulsado principalmente por el incremento de 13 puntos básicos relacionados con los desvíos positivos de la combinación de estrategias de productos, de 11 puntos básicos relacionados con la mayor penetración de mercancías importadas y de cinco puntos básicos por los mejores resultados de las mermas de inventario. Este incremento se vio parcialmente compensado por una reducción de 13 puntos básicos de los costos de transporte atribuibles principalmente al aumento del precio de los combustibles y de siete puntos básicos como resultado de los costos de puesta en marcha de las instalaciones de distribución nuevas.

Gastos de ventas, generales y administrativos

El aumento de los gastos de ventas, generales y administrativos expresado en porcentaje de ventas desde el 2006 al 2007 fue impulsado principalmente por la disminución en 67 puntos básicos en la nómina de tienda como consecuencia de un entorno de ventas débil. Conforme a la disminución de ventas, las tiendas alcanzaron nuestro umbral mínimo de horas laborables, lo que aumentó la proporción de gastos fijos respecto del total de los gastos de nómina. Además, hemos notado una disminución de ocho puntos básicos en los gastos de planes de jubilación como consecuencia de los cambios realizados al plan 401(k) para reemplazar el programa de aportes por desempeño con un aumento del aporte base. En 2006, no se ganó un aporte por desempeño. También tuvimos una disminución en gastos fijos como alquiler, servicios públicos e impuestos a la propiedad a raíz de las ventas escasas. Estos elementos fueron compensados parcialmente por la disminución de 23 puntos básicos en los gastos de publicidad, atribuible principalmente a la reducción del gasto en la producción y distribución de TAB y a la publicidad de la televisión nacional.

Costos de apertura de tiendas

Los costos de apertura de tiendas, incluidos los costos de nómina y abastecimiento anteriores a la apertura de las tiendas y los costos de publicidad durante la inauguración de tiendas, totalizaron \$141 millones en 2007 en comparación con los \$146 millones de 2006. Estos costos están asociados con la apertura de 153 tiendas en 2007 (149 nuevas y 4 reubicadas) en comparación con las 155 tiendas de 2006 (151 nuevas y 4 reubicadas). Los costos de apertura de las tiendas inauguradas durante el año en EE.UU. promediaron aproximadamente \$0.8 millones y \$0.9 millones por tienda en 2007 y 2006, respectivamente. En 2007, los costos de apertura de las tiendas inauguradas durante el año en Canadá promediaron aproximadamente \$2.4 millones por tienda como consecuencia de los gastos adicionales necesarios para ingresar en un mercado nuevo. Puesto que los costos de apertura de tiendas se realizan en el momento, la fecha en la que se reconocen los gastos fluctúa según las fechas de apertura de las tiendas.

Depreciación

En 2007, la depreciación disminuyó 35 puntos básicos como un porcentaje de ventas. Esta disminución fue impulsada por la apertura de 153 tiendas en 2007 y ventas negativas en tiendas comparables. El bien patrimonial menos la depreciación acumulada aumentó hasta alcanzar \$21.4 mil millones al 1 de febrero de 2008 en comparación con los \$19 mil millones al 2 de febrero de 2007. Al 1 de febrero de 2008 éramos propietarios del 87% de nuestras tiendas, incluidas las situadas en terrenos arrendados, en comparación con el 86% al 2 de febrero de 2007.

Interés

El gasto de interés neto está distribuido de la siguiente manera:

(En millones)	2007	2006
Gasto de interés, neto del monto capitalizado	\$230	\$200
Amortización de los costos de la emisión con descuento y préstamos	9	6
Intereses devengados	(45)	(52)
Interés: neto	\$194	\$154

El gasto de interés aumentó principalmente como consecuencia de la emisión de deuda de \$1.3 mil millones en septiembre de 2007 y de \$1 mil millones en octubre de 2006 y se vio parcialmente compensado por un aumento del interés capitalizado.

Provisión para impuesto sobre la renta

En 2007, nuestra tasa de impuesto sobre la renta efectiva fue del 37.7% en comparación con el 37.9% de 2006. Esta disminución se debió a una continuación del efecto del aumento de créditos fiscales federales asociados con los programas de crédito fiscales Welfare to Work and Work Opportunity y del aumento de los créditos fiscales estatales relacionados con nuestras inversiones en empleados y bienes patrimoniales.

CONDICIÓN FINANCIERA, LIQUIDEZ Y RECURSOS DE CAPITAL

Inventario

Al 30 de enero de 2009, el inventario de mercadería era de \$8.2 mil millones en comparación con \$7.6 mil millones al 1 de febrero de 2008, un aumento del 7.9%. El aumento se debió principalmente a al crecimiento de los pies cuadrados de pisos de ventas del 7.2%, la fecha asociada con el inventario en tránsito y a un aumento del inventario de centro de distribución relacionado con la apertura de nuestro RDC número 14 en Pittston, Pensilvania. Al 30 de enero de 2009, también habíamos abastecido o estábamos en el proceso de abastecer a las tiendas nuevas programadas para su apertura a principios de 2009. En las primeras semanas de 2009 abrimos 13 tiendas nuevas, en comparación con cuatro en la misma época del año 2008. El inventario de las tiendas comparables disminuyó en un 2.9% al 30 de enero de 2009 en comparación con el año anterior. Tomamos medidas enérgicas para vender todo el inventario de temporada en el cuarto trimestre de 2008, lo que mejoró nuestra posición de inventario al comenzar el 2009, además adoptamos un enfoque cauto cuando desarrollamos nuestro inventario de la temporada de primavera, ya que prevemos una continuación del difícil entorno de ventas.

Flujos de efectivo

La siguiente tabla resume los componentes de los estados consolidados de los flujos de efectivo. Esta tabla se debe leer junto con el siguiente análisis y discusión, y con los estados financieros consolidados y sus correspondientes notas:

(En millones)	2008	2007	2006
Efectivo neto proporcionado por actividades operativas	\$ 4,122	\$ 4,347	\$ 4,502
Efectivo neto utilizado en actividades de inversión	(3,226)	(4,123)	(3,715)
Efectivo neto utilizado en actividades de financiamiento	(939)	(307)	(846)
Efecto en el efectivo de las modificaciones en el tipo de cambio	7	–	–
Disminución neta en efectivo y equivalentes de efectivo	(36)	(83)	(59)
Efectivo y equivalentes de efectivo al comienzo del año	281	364	423
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año	\$ 245	\$ 281	\$ 364

Los flujos de efectivo de actividades operativas seguirán proporcionando la principal fuente de nuestra liquidez. El cambio en los flujos de efectivo provenientes de las actividades operativas de 2008, en comparación con 2007, fueron producto principalmente de la disminución de las ganancias netas y un aumento en el inventario. Este cambio se vio parcialmente compensado por un aumento en cuentas por pagar, lo que es resultado de nuestros esfuerzos continuados por mejorar los términos de pago de los proveedores. El cambio en los flujos de efectivo provenientes de las actividades operativas de 2007, en comparación con 2006, fue producto principalmente de la disminución de las ganancias netas y del aumento en el inventario como consecuencia de nuestro programa de expansión de tiendas y fueron parcialmente compensados por un aumento de los ingresos diferidos asociados con nuestro programa de garantías extendidas.

El componente principal del efectivo neto utilizado en actividades de inversión continúa siendo la apertura de tiendas nuevas, la inversión en tiendas existentes a través de reajustes y recomercialización y la inversión en nuestro centro de distribución e infraestructura corporativa, incluidas mejoras a nuestros sistemas de tecnología de la información. Las compras en efectivo de propiedades

fueron de \$3.3 mil millones en 2008, \$4 mil millones en 2007 y 3.9 mil millones en 2006. Al 30 de enero de 2009, el espacio de venta minorista de 187 millones de pies cuadrados representaba un aumento del 7.2% con respecto al 1 de febrero de 2008. Al 1 de febrero de 2008, el espacio de venta minorista de 174 millones de pies cuadrados representaba un aumento del 10.9% con respecto al 2 de febrero de 2007.

El cambio en los flujos de efectivo proveniente de las actividades financieras de 2008 en comparación con 2007 se relacionó principalmente con una disminución de \$2.9 mil millones en los flujos de efectivo asociados con las actividades de préstamos netos, compensada en parte por una disminución de \$2.3 mil millones en las recompras según nuestro programa de recompra de acciones. El cambio en los flujos de efectivo proveniente de las actividades financieras de 2007, en comparación con 2006, fue producto principalmente del aumento de \$1.3 mil millones en los flujos de efectivo asociados con las actividades de préstamos netos. Esto se vio parcialmente compensado por un aumento de \$538 millones en la recompra de acciones y un aumento en los dividendos pagados de \$0.18 por acción en 2006 a \$0.29 por acción en 2007. La relación entre la deuda y el capital más la deuda fue del 25.1% y del 29.3% a partir del 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, respectivamente.

Fuentes de liquidez

Además de nuestros flujos de efectivo provenientes de operaciones, nuestras líneas de préstamo a corto plazo proporcionan una liquidez adicional. Tenemos una línea de crédito principal de \$1.75 mil millones que vence en junio de 2012. Esta línea apoya nuestros programas de créditos renovables y papeles comerciales. La línea de crédito principal tiene un sublímite de una carta de crédito de \$500 millones. Los montos pendientes de las cartas de crédito disminuyen el monto disponible para préstamos conforme a la línea de crédito principal. Los préstamos realizados no poseen garantía y el precio se fija a tasas fijas sobre la base de las condiciones de mercado en el momento del financiamiento, de acuerdo con los términos de la línea de crédito principal. La línea de crédito principal contiene algunas cláusulas restrictivas, que incluyen el mantenimiento de una tasa de apalancamiento de deuda tal como se define en la línea de crédito principal. Al 30 de enero de 2009, acatábamos estas cláusulas. Diecinueve instituciones bancarias participan de la línea de crédito principal. A partir del 30 de enero de 2009, había \$789 millones pendientes de pago según el programa de papeles comerciales, todos los cuales se emitieron en el cuarto trimestre. La tasa de interés promedio ponderada de los papeles comerciales pendientes fue del 0.84%. Al 30 de enero de 2009, no había cartas de crédito pendientes de pago según la línea de crédito principal.

Además, nos emitieron cartas de crédito documentarias y contingentes a través de otros acuerdos bancarios que totalizaban \$224 millones al 30 de enero de 2009 y \$299 millones al 1 de febrero de 2008. Las comisiones de compromiso que varían entre el 0.225% y el 0.50% anual se pagan sobre los montos pendientes de pago de las cartas de crédito.

Teníamos una línea de crédito en dólares canadienses (C\$) con un valor de C\$200 millones que venció el 30 de marzo de 2009. Los préstamos pendientes de pago al vencimiento se repagaron con efectivo neto proporcionado por las actividades operativas. Se estableció esta línea de crédito con el fin de financiar la construcción de tiendas minoristas y para el capital de trabajo y otros propósitos corporativos generales en Canadá. Los préstamos realizados no poseían garantía y el precio se fijó a tasas fijas sobre la base de las condiciones de mercado en el momento del financiamiento, de acuerdo con los términos de la línea de crédito. La línea de crédito contenía algunas cláusulas restrictivas, que incluían el mantenimiento de una tasa de apalancamiento de deuda tal como se define en la línea de crédito. Al 30 de enero de 2009, acatábamos estas cláusulas. Tres instituciones bancarias participarán de la línea de crédito. Al 30 de enero de 2009, existían C\$199 millones o el equivalente de \$162 millones, pendientes de pago conforme a la línea de crédito. La tasa de interés promedio de los préstamos a corto plazo fue del 2.65%.

También tenemos una línea de crédito en dólares canadienses (C\$) con un valor de C\$50 millones que brinda apoyo al crédito renovable para nuestras operaciones en Canadá. Esta línea de crédito no comprometida nos brinda la posibilidad de realizar préstamos sin garantía, cuyo precio se fija a tasas fijas sobre la base de las condiciones de mercado al momento del financiamiento de acuerdo con los términos de la línea de crédito. Al 30 de enero de 2009, existían C\$44 millones o el equivalente de \$36 millones, pendientes de pago conforme a la línea de crédito. La tasa de interés promedio ponderada de los préstamos a corto plazo pendientes de pago fue del 1.60%.

Nuestras calificaciones de deuda al 30 de enero de 2009 fueron las siguientes:

Calificaciones de deuda a corto plazo	S&P	Moody's	Fitch
Papeles comerciales	A1	P1	F1
Deuda prioritaria	A+	A1	A+
Perspectiva	Estable	Estable	Negativa

Creemos que el efectivo neto proveniente de las actividades operativas y de financiamiento será suficiente para nuestros planes de expansión y para nuestros otros requisitos operativos en los siguientes 12 meses. La disponibilidad de fondos mediante la emisión de papeles comerciales o deuda nueva o el costo de préstamo de estos fondos puede verse afectada de manera adversa debido a la baja de calificación de la deuda, que no esperamos, o al deterioro de ciertas proporciones financieras. Además, la volatilidad continúa en los mercados de capital mundiales puede afectar nuestra capacidad para lograr el acceso a ellos para préstamos adicionales o aumentar los costos asociados con estos préstamos. No existe ninguna cláusula en los acuerdos que exija una liquidación al contado por anticipado de la deuda o los arrendamientos existentes como consecuencia de una baja en la calificación de la deuda o una disminución del precio de nuestras acciones.

Requisitos de efectivo

Inversiones de capital

Nuestro presupuesto para inversiones de capital de 2009 es de alrededor de \$2.5 mil millones, incluidos aproximadamente \$300 millones de compromisos de arrendamiento, dando como resultado una salida de efectivo neto de \$2.2 mil millones en 2009. Aproximadamente el 72% de este compromiso planeado es para la expansión de tiendas. Nuestros planes de expansión para el año 2009 consisten en 60 a 70 tiendas nuevas y se espera que aumenten la cantidad de pies cuadrados de pisos de ventas en alrededor del 4%. Seremos propietarios de aproximadamente el 98% de los proyectos de 2009, lo que incluye alrededor de 35% de las propiedades en terrenos arrendados.

Al 30 de enero de 2009, éramos propietarios y operábamos 14 RDC. En 2008, abrimos un nuevo RDC en Pittston, Pensilvania. Al 30 de enero de 2009 también operábamos 15 FDC para el manejo de madera, materiales de construcción y otros artículos de gran longitud. En 2008, abrimos un nuevo FDC en Purvis, Mississippi. Estamos seguros de que nuestra red de distribución actual tiene capacidad para garantizar que nuestras tiendas se mantengan abastecidas y que se satisfaga la demanda del cliente.

Deuda y capital

El 30 de junio de 2008, canjeamos por efectivo aproximadamente \$19 millones del monto de capital, \$14 millones del monto contable, de nuestros pagarés convertibles emitidos en febrero de 2001, que representaban todos los pagarés restantes pendientes de dicha emisión, a un precio equivalente a la suma del precio de emisión más el descuento acumulado por la emisión original de dichos pagarés en la fecha de canje (\$730.71 por pagaré). Desde la emisión hasta el canje, los montos de capital de \$986 millones o aproximadamente el 98% de nuestros pagarés convertibles de febrero de 2001 se convirtieron de deuda a capital. Durante el año 2008, se convirtió una cantidad insignificante de deuda a capital.

El 25 de junio de 2008, realizamos una recompra única en el mercado abierto de aproximadamente un monto de capital de \$187 millones, un monto contable de \$164 millones, de nuestros pagarés prioritarios convertibles emitidos en octubre de 2001 a un precio de \$875.73 por pagaré. Posteriormente canjeamos por efectivo el 30 de junio de 2008, aproximadamente \$392 millones del monto principal, \$343 millones del monto contable, de nuestros pagarés prioritarios convertibles emitidos en octubre de 2001, que representaban todos los pagarés restantes pendientes de dicha emisión, a un precio equivalente a la suma del precio de emisión más el descuento acumulado por la emisión original de dichos pagarés en la fecha de canje (\$875.73 por pagaré). Desde su emisión hasta el canje, una cantidad insignificante de nuestros pagarés prioritarios convertibles se convirtieron de deuda a capital.

Nuestro programa de recompra de acciones se implementa a través de las compras realizadas ocasionalmente en el mercado abierto o mediante transacciones privadas. Las acciones compradas según el programa de recompra de acciones se retiran y vuelven al estado de autorizadas y no emitidas. Durante el año 2008, no se hizo recompra de acciones según el programa de recompra de acciones. A partir del 30 de enero de 2009, teníamos autorización restante por el año fiscal 2009 según el programa de recompra de acciones de \$2.2 mil millones.

En 2008, nuestro dividendo en efectivo trimestral aumentó a \$0.085 por acción que equivale a un aumento del 6% con respecto al año anterior.

ACUERDOS FUERA DEL ESTADO DE SITUACIÓN

Con excepción de la ejecución de arrendamientos operativos, no tenemos ningún financiamiento fuera de estado de situación que tenga, o que razonablemente tenga, un efecto tangible actual o futuro sobre nuestra condición financiera, flujos de efectivo, resultados de operaciones, liquidez, inversiones en bienes de capital o recursos de capital.

OBLIGACIONES CONTRACTUALES Y COMPROMISOS COMERCIALES

La siguiente tabla resume nuestras obligaciones contractuales y compromisos comerciales importantes

Obligaciones contractuales (En millones)	Total	Pagos con vencimiento por período			
		Menos de 1 año	1-3 Años	4-5 Años	Después de 5 Años
Deudas a largo plazo (capital e intereses, excluido el descuento)	\$ 9,256	\$ 294	\$ 1,044	\$ 1,025	\$ 6,893
Obligaciones de arrendamientos de capital ¹	543	63	122	121	237
Arrendamientos operativos ¹	6,185	389	777	763	4,256
Obligaciones de compra ²	995	620	345	16	14
Total de obligaciones contractuales	\$16,979	\$1,366	\$2,288	\$1,925	\$11,400

Compromisos comerciales (En millones)	Total	Monto de vencimientos de compromisos por período			
		Menos de 1 año	1-3 Años	4-5 Años	Después de 5 Años
Cartas de crédito ³	\$ 224	\$ 220	\$ 4	\$ -	\$ -

¹ Los montos no incluyen impuestos, el mantenimiento de áreas comunes, el seguro o el alquiler contingente porque históricamente estos valores han sido insignificantes.

² Representa contratos por compras de inventario de mercancías, propiedad y construcción de edificios, así como también compromisos relacionados con determinados programas de mercadeo y tecnología de la información.

³ Las cartas de crédito se emiten para la compra de inventarios de mercancías importadas, contratos de bienes raíces y construcciones y programas de seguros.

Al 30 de enero de 2009, se clasificaron como pasivo corriente aproximadamente \$24 millones de la reserva para situaciones fiscales inciertas (incluidas multas e intereses). A la fecha actual, no podemos hacer un cálculo aproximado razonablemente confiable de las fechas de pagos año por año más allá de los 12 meses debido a incertezas en las fechas de las liquidaciones efectivas de situaciones fiscales.

PERSPECTIVA DE NEGOCIOS DE LOWE'S

A partir del 20 de febrero de 2009, la fecha de nuestro informe de ganancias del cuarto trimestre de 2008, esperábamos abrir entre 60 y 70 tiendas durante 2009, lo que representaba un crecimiento aproximado del 4% del total de pies cuadrados. Esperábamos que las ventas totales de 2009 variaran entre una disminución del 2% y un aumento del 2% y que las ventas de tiendas comparables disminuyeran entre un 4% y un 8%. Se esperaba que las ganancias antes de impuestos e intereses expresadas en porcentaje de ventas (margen operativo) disminuyeran en alrededor de 170 puntos básicos. Además, se esperaba que los costos de apertura de tiendas fueran de aproximadamente \$50 millones. Se esperaban las ganancias diluidas por acción de \$1.04 a \$1.20 para el año fiscal que finaliza el 29 de enero de 2010. Nuestra perspectiva para 2009 no supone ninguna recompra de acciones.

CÁLCULOS APROXIMADOS Y POLÍTICAS CONTABLES FUNDAMENTALES

La preparación de estados financieros consolidados y sus correspondientes notas presentados en este informe anual requiere que hagamos cálculos aproximados que afectan los montos informados de activos, pasivos, ventas y gastos, y las divulgaciones relacionadas de activos y pasivos contingentes. Basamos estos estimados en resultados históricos y diversas suposiciones razonables, que forman la base para realizar estimados relacionados con los valores contables de los activos y los pasivos que no se pueden obtener fácilmente a partir de otras fuentes. Los resultados reales pueden diferir de estos cálculos aproximados.

En la Nota 1 de los estados financieros consolidados, se describen nuestras políticas contables más importantes. Creemos que las siguientes políticas contables afectan los cálculos aproximados y los criterios administrativos más importantes que se utilizan para elaborar los estados financieros consolidados.

Inventario de mercancía

Descripción

Registramos una reserva de inventario para las pérdidas previstas asociadas con la venta de existencias por debajo del costo. Esta reserva se basa en nuestro conocimiento actual de los niveles de inventario, las tendencias de venta y la experiencia histórica. Durante 2008, nuestra reserva disminuyó aproximadamente \$9 millones, hasta alcanzar un total de \$58 millones al 30 de enero de 2009. También registramos una reserva de inventario para las mermas estimadas entre inventarios físicos. Esta reserva se basa principalmente en los resultados por mermas reales de los inventarios físicos anteriores. Durante 2008, la reserva de mermas de inventario disminuyó aproximadamente \$8 millones, hasta llegar a \$129 millones al 30 de enero de 2009.

Criterios e incertidumbres involucrados en el cálculo aproximado

No creemos que a corto plazo nuestros inventarios de mercancías estén sujetos a un riesgo de obsolescencia importante y tenemos la capacidad para ajustar las prácticas de compras en función de las tendencias de ventas previstas y las condiciones económicas generales. Sin embargo, los cambios en los patrones de compra de los consumidores o el deterioro de la calidad de los productos pueden derivar en la necesidad de reservas adicionales. Asimismo, es posible que sea necesario realizar cambios en la reserva para mermas aproximada en función del momento y los resultados de los inventarios físicos. También aplicamos el sentido común para determinar los niveles de inventario no productivo y las suposiciones sobre el valor neto realizable.

Consecuencias si los resultados reales difieren de las suposiciones

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para establecer nuestra evaluación de inventario o las reservas relacionadas durante los tres últimos años fiscales. Creemos que tenemos conocimientos históricos y actuales suficientes para registrar cálculos aproximados razonables para estas dos reservas de inventario. Sin embargo, es posible que los resultados reales difieran de las reservas registradas. Un cambio del 10% en nuestra reserva de inventario obsoleto habría afectado las ganancias netas aproximadamente en \$4 millones en 2008. Un cambio del 10% en nuestra reserva para mermas estimada habría afectado las ganancias netas en aproximadamente \$8 millones en 2008.

Menoscabo en el valor de los activos de larga duración

Descripción

Revisamos los valores contables de los activos de larga duración cuando los acontecimientos o cambios en determinadas circunstancias indican que posiblemente no sean recuperables.

En el caso de los activos de larga duración en uso, se considera que ocurre un menoscabo potencial si los flujos de efectivo futuros proyectados sin descontar que se esperan como consecuencia del uso y la posible disposición de los activos son inferiores a los valores netos contables de los activos. Se reconoce una pérdida por menoscabo cuando el valor en libros del activo de larga duración no es recuperable y excede su valor equitativo[0]. Calculamos el valor justo sobre la base de flujos de efectivo sin descontar, futuros y proyectados a partir del uso y la posible disposición de los activos.

En el caso del abandono de activos de larga duración, consideramos que éstos deben desecharse cuando dejan de usarse. Hasta ese momento, continuamos clasificando los activos como destinados al uso y evaluamos el menoscabo potencial como corresponde.

En el caso de los activos de larga duración destinados a la venta, se registra un cargo por menoscabo si su valor contable supera su valor equitativo menos el costo de venta. El valor justo se determina mediante una tasación de mercado o

una técnica de evaluación que tiene en cuenta diversos factores, incluidas las condiciones del mercado local.

Durante 2008 registramos cargos por menoscabo de activos de larga duración por \$21 millones, incluidos \$16 millones por operar tiendas y \$5 millones por reubicar tiendas, tiendas cerradas y otras propiedades en exceso.

Criterios e incertidumbres involucrados en el cálculo aproximado

Nuestros cálculos de pérdidas por menoscabo requieren que apliquemos el sentido común al calcular los flujos de efectivo futuros esperados. También aplicamos el sentido común al calcular las tasas de crecimiento de las ventas, el margen y los gastos y las suposiciones sobre el rendimiento del mercado. También aplicamos nuestro sentido común al calcular los valores razonables de venta de los activos y seleccionar una tasa de descuento que refleje el riesgo inherente en nuestro modelo de negocios.

Consecuencias si los resultados reales difieren de las suposiciones

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para establecer los valores contables de los activos de larga duración durante los tres últimos años fiscales. Si los resultados reales no guardan relación con las suposiciones y los criterios utilizados al estimar los flujos de efectivo futuros y los valores razonables de los activos, las pérdidas reales por menoscabo podrían variar positiva o negativamente en comparación con las pérdidas por menoscabo estimadas. De nuestras 1,649 tiendas en funcionamiento, sólo 15 tiendas estaban en riesgo de menoscabo. Registramos cargos por menoscabo en tres tiendas cuyos valores contables se consideraron no recuperables y superaron los respectivos valores razonables de venta. En 2008, una disminución del 10% los flujos de efectivo estimados asociados con los activos de larga duración evaluados por menoscabo habrían disminuido las ganancias netas en aproximadamente \$7 millones. En 2008, un aumento del 10% de los flujos de efectivo estimados asociados con los activos de larga duración evaluados por menoscabo habrían aumentado las ganancias netas en aproximadamente \$4 millones.

Autoseguro

Descripción

Estamos autoasegurados ante ciertas pérdidas relacionadas con las indemnizaciones de los trabajadores; los vehículos; las propiedades; las responsabilidades generales y de productos; las garantías extendidas y determinadas reclamaciones médicas y de odontología. Las reclamaciones de autoseguro presentadas y las reclamaciones efectuadas pero no registradas formalmente se acumulan conforme a nuestros estimados del costo final descontado para las reclamaciones de autoseguro realizadas usando las suposiciones actuariales que siguen la industria de seguros y la experiencia histórica. Durante 2008, nuestros pasivos de autoseguro aumentaron aproximadamente \$80 millones hasta alcanzar \$751 millones al 30 de enero de 2009.

Criterios e incertidumbres involucrados en el cálculo aproximado

Estos cálculos aproximados están sujetos a cambios en el marco reglamentario; la tasa de descuento utilizada; la nómina; las ventas y las unidades vehiculares; así como también la frecuencia, la demora y la gravedad de las reclamaciones.

Consecuencias si los resultados reales difieren de las suposiciones

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para establecer nuestros pasivos de autoseguros durante los tres últimos años fiscales. Aunque creemos que tenemos la capacidad para estimar de manera razonable las pérdidas relacionadas con las reclamaciones, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados. En 2008, un cambio del 10% en nuestros pasivos de autoseguro habría afectado las ganancias netas aproximadamente en \$47 millones y un cambio de 100 puntos básicos en nuestra tasa de descuento las habría afectado aproximadamente en \$13 millones.

Reconocimiento de ingresos

Descripción

Para conocer la discusión completa de nuestras políticas de reconocimiento de ingresos, consulte la Nota 1 de los estados financieros consolidados. Los siguientes estimados contables relacionadas con el reconocimiento de los ingresos requieren que la gerencia realice suposiciones y aplique el sentido común con relación a los efectos de acontecimientos futuros que no se pueden determinar con certeza.

Los ingresos provenientes de tarjetas de compra, que incluyen las tarjetas de regalo y los créditos de mercancías devueltas, se difieren y reconocen cuando se canjean las tarjetas. Reconocemos el ingreso proveniente de las tarjetas de compras sin canjear cuando el canje se torna lejano en el tiempo. Nuestras tarjetas de compra no tienen fecha de vencimiento o cargos por inactividad. Por lo tanto, para determinar si un canje es lejano en el tiempo, analizamos la datación de las tarjetas

sin canjear en función de la fecha del último uso de la tarjeta de compra. El ingreso diferido asociado con las tarjetas de compra pendientes disminuyó \$39 millones, hasta llegar a \$346 millones al 30 de enero de 2009. En 2008, reconocimos un ingreso de \$21 millones proveniente de las tarjetas de compras sin canjear.

Vendemos contratos de garantía extendida con precios por separado conforme a un programa con la marca Lowe's para el que, en última instancia, la empresa se encuentra autoasegurada. Reconocemos ingresos provenientes de la venta de garantías extendidas en función del método lineal sobre el término del contrato respectivo debido a la falta de evidencia histórica suficiente que indique que los costos de realización de los servicios según los términos de los contratos se calculen de una manera diferente. Los términos de los contratos de garantía extendida varían entre uno y cuatro años a partir de la fecha de compra o de la finalización de la garantía del fabricante, según sea pertinente. Agrupamos y evaluamos los contratos de garantía extendida de manera coherente en función de las características de los productos subyacentes y la cobertura proporcionada para supervisar las pérdidas esperadas. Se reconocerá una pérdida si los costos esperados de los servicios prestados conforme a los contratos exceden el monto de los costos de adquisición sin amortizar y el ingreso diferido relacionado, asociado a los contratos. Los ingresos diferidos asociados a los contratos de garantía extendida aumentaron \$72 millones, hasta alcanzar \$479 millones al 30 de enero de 2009.

Registramos una reserva para devoluciones anticipadas de mercancías mediante una reducción de las ventas y los costos de ventas en el período en que se registran las ventas relacionadas. Usamos niveles de devolución históricos para estimar las tasas de devolución. Lo anterior, junto con los márgenes históricos, se aplican a las ventas y los costos de las ventas durante el período de devolución promedio estimado. Durante 2008, la reserva de devoluciones de mercancías disminuyó \$2 millones, hasta totalizar \$49 millones al 30 de enero de 2009.

Criterios e incertidumbres involucrados en el cálculo aproximado

En el caso de las tarjetas de compra, existe un criterio inherente en nuestra evaluación del momento en que un canje resulta lejano en el tiempo y, por lo tanto, del momento en que se reconoce el ingreso correspondiente.

En el caso de las garantías extendidas, existe un criterio inherente en nuestra evaluación de pérdidas esperadas que surge de nuestra metodología para agrupar y evaluar los contratos de garantía extendida y de la determinación actuarial del costo estimado de los contratos. También existe un criterio inherente en nuestra determinación del patrón de reconocimiento de los costos por prestación de servicios según los términos de estos contratos.

Para la reserva de devoluciones por anticipado de mercadería, existe un criterio inherente en nuestros cálculos aproximados de los niveles de devolución y los márgenes históricos, además de en la determinación del período de devolución promedio.

Consecuencias si los resultados reales difieren de las suposiciones

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para reconocer el ingreso relacionado con las tarjetas de compra sin canjear durante los tres últimos años fiscales. No creemos que exista la probabilidad razonable de que haya un cambio sustancial en los estimados o suposiciones futuras que utilizamos para reconocer el ingreso relacionado con las tarjetas de compra sin canjear. Sin embargo, si los resultados reales no guardan relación con nuestros cálculos aproximados o suposiciones, podríamos incurrir en gastos o ingresos adicionales. En 2008, un cambio del 10% en el cálculo aproximado de las tarjetas de compra sin canjear cuyo canje se considera lejano en el tiempo, habría afectado las ganancias netas aproximadamente en \$4 millones.

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para reconocer ingresos por contratos de garantía extendida durante los tres últimos años fiscales. En la actualidad, no prevemos incurrir en pérdidas en nuestros contratos de garantía extendida. Aunque creemos que tenemos la capacidad para supervisar y estimar de manera adecuada las pérdidas esperadas según los contratos de garantía extendida, es posible que los resultados reales difieran de nuestros cálculos aproximados. Además, si en el futuro existe evidencia que indique que los costos por prestación de servicios según los términos de los contratos no se calculan en función del método lineal, podría cambiar la fecha de reconocimiento de los ingresos según los contratos. Un cambio del 10% en el monto de las ganancias reconocidas en 2008 según los términos de estos contratos habría afectado las ganancias netas aproximadamente en \$8 millones.

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para calcular las devoluciones de ventas durante los tres últimos años fiscales. Creemos que tenemos conocimientos históricos y actuales suficientes para registrar cálculos aproximados razonables para las devoluciones de ventas. Sin embargo, es posible que las devoluciones reales difieran de nuestros cálculos. Un cambio del 10% en las tasas de devolución reales habría afectado las ganancias netas aproximadamente en \$3 millones en 2008. Un cambio del 10% en el período de devolución promedio habría afectado las ganancias netas aproximadamente en \$2 millones en 2008.

Fondos de proveedores

Descripción

En el transcurso normal de las operaciones comerciales, recibimos fondos de los proveedores principalmente como consecuencia de volúmenes de compras, ventas, pagos por adelantado o promociones de sus productos.

Los fondos de vendedores se tratan como reducciones del costo de inventario, a menos que representen un reembolso de costos específicos, incrementales e identificables que realizamos para vender el producto del proveedor. Básicamente, todos los fondos de proveedores que recibimos no satisfacen los criterios de costos específicos, incrementales e identificables. Por lo tanto, consideramos la gran mayoría de estos fondos como una reducción del costo de inventario cuando se acumulan los importes y reconocemos estos fondos como una reducción del costo de ventas cuando se vende el inventario.

Criterios e incertidumbres involucrados en el cálculo aproximado

Teniendo en cuenta las previsiones de los acuerdos vigentes con los proveedores, desarrollamos tasas de acumulación de fondos de proveedores mediante la estimación del momento en el que habremos alcanzado nuestro rendimiento según los términos del acuerdo y obtenido las ganancias de los montos acordados. Debido a la complejidad y la diversidad de los acuerdos individuales con los proveedores, realizamos análisis y revisamos las tendencias históricas durante todo el año para asegurarnos de que los montos obtenidos se registren de manera apropiada. Como parte de estos análisis, validamos nuestras tasas de acumulación en función de las tendencias de compras actuales y las aplicamos a los volúmenes de compra reales para determinar el monto de los fondos acumulados y por cobrar del proveedor. Los montos acumulados durante todo el año pueden verse afectados si los volúmenes de compras reales difieren de los volúmenes de compra anuales proyectados, especialmente en el caso de programas que prevén un financiamiento creciente cuando se satisfacen los volúmenes de compra por etapas.

Consecuencias si los resultados reales difieren de las suposiciones

No hemos hecho cambios sustanciales en la metodología usada para reconocer los fondos de proveedores durante los tres últimos años fiscales. Si los resultados reales no guardan relación con las suposiciones y los cálculos aproximados utilizados, podríamos estar expuestos a ajustes adicionales que podrían afectar positiva o negativamente el margen bruto y el inventario. Sin embargo, básicamente todas las cuentas por cobrar asociadas con estas actividades se cobran en el año fiscal siguiente y, por lo tanto, no necesitan cálculos aproximados subjetivos a largo plazo. Históricamente, los ajustes del margen bruto y el inventario en el año fiscal siguiente no han sido sustanciales.

DIVULGACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS SOBRE EL RIESGO DE MERCADO

Riesgo de la tasa de interés

Nuestra exposición principal al riesgo de mercado es la pérdida potencial que surge del efecto de las tasas de interés cambiantes en la deuda a largo plazo. Nuestra política consiste en supervisar los riesgos de la tasa de interés asociados con esta deuda y creemos que cualquier riesgo importante se podría compensar mediante el acceso a instrumentos de tasa variable disponibles en nuestras líneas de crédito. Las siguientes tablas resumen los riesgos de mercado asociados con la deuda a largo plazo sin tener en cuenta los arrendamientos de capital y otros. Las tablas presentan las principales salidas de efectivo y las tasas de interés relacionadas por año de vencimiento, excepto los descuentos a las emisiones originales sin amortizar al 30 de enero de 2009 y 1 de febrero de 2008. La tasa de interés variable se basa en la tasa vigente al final del año presentado. Los valores justos incluidos a continuación se determinaron mediante las tasas de mercado de cotizaciones o las tasas de interés que se encuentran disponibles por nuestras deudas con términos y vencimientos en vigencia similares.

Vencimientos de deudas a largo plazo por año fiscal, 30 de enero de 2009

(En millones de dólares)	Tasa fija	Tasa de interés promedio	Tasa variable	Tasa de interés promedio
2009	\$ 1	6.15%	\$ -	-%
2010	501	8.25	18	4.40
2011	1	7.63	-	-
2012	551	5.60	-	-
2013	1	7.64	-	-
En lo sucesivo	3,687	5.99%	-	-%
Total	\$4,742		\$18	
Valor justo	\$4,635		\$18	

Vencimientos de deudas a largo plazo por año fiscal, 1 de febrero de 2008

(En millones de dólares)	Tasa fija	Tasa de Interés promedio
2008	\$ 10	7.14%
2009	10	5.36
2010	501	8.25
2011	1	7.61
2012	552	5.61
En lo sucesivo	4,296	5.28%
Total	\$5,370	
Valor justo	\$5,406	

Riesgo del crédito

Las ventas generadas por medio de nuestras tarjetas de crédito exclusivas no se reflejan en nuestras cuentas por cobrar. La empresa General Electric y sus subsidiarias (GE) poseen la cartera total de clientes y realizan todos los servicios relacionados con los programas. Los contratos estipulan que recibamos fondos de o realicemos pagos a GE en función de los beneficios o pérdidas futuras previstas provenientes de nuestras tarjetas de crédito exclusivas después de tener en cuenta el costo de capital, determinados costos del programa de tarjetas de crédito exclusivas y, sujeta a límites contractuales, la experiencia de pérdida real del programa. Las pérdidas reales y los costos operativos que superan los límites contractuales son absorbidos por GE. Durante 2008 y 2007, los costos asociados con nuestro programa de tarjetas de crédito exclusivas no tuvieron efecto alguno en nuestros resultados de operaciones. Aunque prevemos llegar a los límites contractuales por las pérdidas reales en virtud del programa durante 2009, no esperamos que las pérdidas tengan un efecto adverso sustancial en nuestros resultados de operaciones.

Riesgo del precio de los bienes tangibles

Adquirimos algunos bienes tangibles que están sujetos a la volatilidad de precios causada por factores ajenos a nuestro control. Nuestros bienes tangibles más importantes son la madera y los materiales de construcción. Los precios de venta de estos bienes tangibles están influenciados, en parte, por el precio de mercado que pagamos que viene determinado por la oferta y demanda de la industria. Durante 2008 y 2007, el movimiento de los precios de la madera y los materiales de construcción no tuvo un efecto sustancial en nuestros resultados de operaciones.

Riesgo del tipo de cambio de divisas

Aunque tenemos entidades internacionales operativas, nuestra exposición a las fluctuaciones del tipo de cambio de divisas no es sustancial para nuestra condición financiera y resultados de operaciones.

DIVULGACIÓN RESPECTO DE LAS PROYECCIONES FUTURAS

En todo este informe anual hemos hablado sobre nuestro futuro, en particular en la “Carta a los accionistas” y en la “Discusión y análisis de la condición financiera y resultados de operaciones de la gerencia”. Si bien creemos que nuestros cálculos y expectativas son razonables, no son garantía de rendimientos futuros. Los resultados reales podrían diferir sustancialmente de nuestras expectativas porque, por ejemplo:

- Nuestras ventas dependen de la prosperidad y estabilidad de la economía general, que sigue estando en un período de recesión prolongada que se ha visto empeorado por la grave crisis financiera/crediticia concurrente. El desempleo en aumento, el menor acceso al crédito y la confianza del consumidor se han combinado para llevar a un gasto en bienes de consumo reducido bruscamente, en especial en muchos de los mayores productos con boleto discrecionales que vendemos. Supervisamos los indicadores económicos clave como el ingreso personal real disponible, el empleo, el volumen de negocios inmobiliarios y los niveles de propiedad de viviendas. Además, los cambios en el nivel de reparaciones, la remodelación y mejoras en los hogares existentes, los cambios en la actividad de la construcción comercial y la disponibilidad y costo del financiamiento hipotecario pueden afectar nuestro negocio.
- Los fenómenos climáticos importantes y los cambios de clima intempestivos pueden afectar las ventas de mercancía de temporada. Las condiciones de sequía prolongadas y extendidas pueden perjudicar nuestras ventas de productos para césped, jardín, entre otros.
- Nuestra estrategia de expansión se ha visto y se seguirá viendo afectada por las condiciones económicas, las normas ambientales, cuestiones locales de zonificación, disponibilidad y explotación de terrenos y normas más estrictas sobre el uso de terrenos. Además, nuestra capacidad para asegurar una mano de obra altamente calificada es un elemento importante para el éxito de nuestra estrategia de expansión.
- Nuestro negocio es sumamente competitivo y debido a que construimos un porcentaje creciente de tiendas nuevas en mercados más grandes y utilizamos canales de ventas nuevos como Internet, es probable que enfrentemos nuevas formas de competencia. Los precios promocionales y las actividades de liquidación de la competencia durante los períodos de recesión, como el que estamos experimentando, pueden aumentar la competencia y afectar desfavorablemente nuestro negocio.

- La capacidad de proseguir con nuestra estrategia diaria de precios bajos y proporcionar productos que los clientes desean depende del suministro confiable de productos a precios competitivos por parte de nuestros proveedores y de nuestra capacidad para administrar eficazmente nuestro inventario. Puesto que un número creciente de los productos que vendemos son importados, todas las restricciones o limitaciones en la importación de tales productos, la inestabilidad política o financiera de algunos países de los que importamos o la imposibilidad de cumplir con las leyes o normas de dichos países podrían interrumpir nuestro suministro de mercancías importadas. La actual recesión mundial y la crisis crediticia tienen un efecto negativo en las operaciones y la estabilidad financiera de algunos de nuestros proveedores al reducir sus ventas y restringir su acceso al capital. Es posible que debamos reemplazar a algunos de nuestro proveedores más pequeños y que algunos de nuestros proveedores no sean capaces de cumplir sus obligaciones financieras con nosotros o de hacerlo de forma oportuna.

- Nuestro objetivo de aumentar nuestra participación en el mercado y nuestro compromiso de mantener nuestros precios bajos nos exigen realizar inversiones sustanciales en tecnologías y procesos nuevos de difícil implementación e integración cuyos beneficios podrían materializarse más tarde de lo esperado.

Para obtener más información sobre estos y otros riesgos e incertidumbres a los que estamos expuestos, consulte los “Factores de riesgo” incluidos en nuestro informe anual sobre el formulario 10-k para la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos. Todas las proyecciones futuras de este informe se consideran vigentes sólo a partir de la fecha de elaboración de este informe o, en el caso de que se incorpore cualquier otro documento para referencia, la fecha de dicho documento. Todas las proyecciones futuras subsecuentes realizadas de forma oral o escrita atribuibles a nosotros o a toda persona que actúe en nuestro nombre están condicionadas por las declaraciones cautelares de esta sección y los “Factores de riesgo” incluidos en nuestro informe anual sobre el formulario 10-K. No asumimos responsabilidad alguna de actualizar o hacer públicas revisiones de proyecciones futuras para reflejar acontecimientos, circunstancias o cambios en las previsiones posteriores a la fecha de este informe.

INFORME DE LA GERENCIA SOBRE EL CONTROL INTERNO DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

La gerencia de Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias son responsables de establecer y mantener un control interno adecuado de la información financiera (Control interno) tal como se encuentra definido en la norma 13a-15 (f) de la Ley del mercado de valores de 1934 y sus enmiendas. Nuestro control interno fue diseñado para brindar una garantía razonable a nuestra gerencia y a la Junta Directiva con respecto a la confiabilidad de la información financiera, la preparación y la presentación correcta de los estados financieros publicados.

Todos los sistemas de control interno, aún los perfectamente diseñados, tienen limitaciones inherentes que incluyen la posibilidad de errores humanos y la elusión u omisión de controles. Por lo tanto, incluso los sistemas que se consideran efectivos pueden brindar sólo una garantía razonable en cuanto a la confiabilidad de la información financiera y la preparación y presentación del estado financiero. Por otra parte, la efectividad puede variar con el tiempo debido al cambio en las condiciones.

Nuestra Gerencia, con la participación del Presidente Ejecutivo y el Presidente de Finanzas, evaluó la efectividad de nuestro control interno al 30 de enero de 2009. Al evaluar nuestro control interno, usamos los criterios establecidos por el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway (COSO, por sus siglas en inglés) en el *Marco integrado del proyecto interno (Internal Control – Integrated Framework)*. En función de la evaluación de nuestra gerencia, hemos concluido que a partir del 30 de enero de 2009 nuestro control interno es efectivo.

Se contrató a Deloitte & Touche LLP, la firma de contabilidad pública registrada independiente que auditó los estados financieros que figuran en este informe, para que auditara nuestro control interno. Su informe aparece en la página 27.

INFORME DE FIRMA DE CONTABILIDAD PÚBLICA REGISTRADA INDEPENDIENTE

**A la Junta Directiva y accionistas de Lowe's Companies, Inc.
 Mooresville, Carolina del Norte**

Hemos auditado el estado de situación consolidado de Lowe's Companies, Inc y sus subsidiarias (la "Empresa") a partir del 1 de enero de 2009 y 1 de febrero de 2008, y los estados consolidados de ganancias relacionados, el capital de los accionistas y los flujos de efectivo para cada uno de los tres años fiscales del período que finalizó el 30 de enero de 2009. Estos estados financieros son responsabilidad de la gerencia de la empresa. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros en función de nuestras auditorías.

Hemos llevado a cabo nuestras auditorías de acuerdo con los estándares de la Junta de Supervisión de Auditorías de Sociedades Anónimas (Estados Unidos). Estos estándares exigen que planeemos y realicemos la auditoría para obtener una garantía razonable de la inexistencia de declaraciones erróneas sustanciales en los estados financieros. En función de pruebas, una auditoría incluye el análisis de evidencias que avalen los montos y divulgaciones de los estados financieros. Una auditoría también incluye la determinación de los principios contables utilizados y los principales cálculos aproximados de la gerencia, así como la evaluación de la presentación del estado financiero global. Creemos que nuestras auditorías brindan una base razonable para respaldar nuestra opinión.

INFORME DE FIRMA DE CONTABILIDAD PÚBLICA REGISTRADA INDEPENDIENTE

**A la Junta Directiva y accionistas de Lowe's Companies, Inc.
 Mooresville, Carolina del Norte**

Hemos auditado el control interno de la información financiera de Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias (la "Empresa") a partir del 30 de enero de 2009 en función de los criterios establecidos en el *Marco integrado del proyecto interno* publicado por el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway. La gerencia de la empresa es responsable de mantener el control interno efectivo de la información financiera y la evaluación de su efectividad, tal como figura en el Informe de la gerencia sobre el control interno de la información financiera adjunto. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre el control interno de la información financiera de la empresa en función de nuestra auditoría.

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de acuerdo con los estándares de la Junta de Supervisión de Auditorías de Sociedades Anónimas (Estados Unidos). Estos estándares exigen que planeemos y realicemos la auditoría para obtener una garantía razonable acerca del cumplimiento, para todos los efectos relevantes, del control interno efectivo de la información financiera. Nuestra auditoría incluyó una comprensión del control interno de la información financiera, la evaluación del riesgo de que exista una debilidad sustancial, la prueba y evaluación del diseño y efectividad operativa del control interno en función del riesgo evaluado y la realización de otros procedimientos que consideramos necesarios en estas circunstancias. Creemos que nuestra auditoría brinda una base razonable para respaldar nuestra opinión.

El control interno de la información financiera de una empresa es un proceso diseñado por, o bajo la supervisión de, el ejecutivo principal, los directores financieros principales o las personas que ejercen cargos similares. Es efectuado por la junta directiva, la gerencia y demás personal de la empresa para ofrecer una garantía razonable con respecto a la confiabilidad de la información financiera y a la preparación de los estados financieros para propósitos externos de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados. El control interno de la información financiera de una empresa incluye las políticas y procedimientos que (1) corresponden al mantenimiento de los registros que, con un detalle razonable, reflejan de manera exacta e imparcial las transacciones y disposiciones de los activos de la empresa;

Según nuestra opinión, los estados financieros consolidados presentan de manera imparcial, para todos los efectos relevantes, la situación financiera de la empresa al 30 de enero de 2009 y 1 de febrero de 2008, y los resultados de sus operaciones y flujos de efectivo para cada uno de los tres años fiscales del período que finalizó el 30 de enero de 2009, de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos de América.

También hemos auditado, de acuerdo con los estándares de la Junta de Auditorías de Sociedades Anónimas (Estados Unidos), el control interno de la información financiera de la empresa a partir del 30 de enero de 2009 en función de los criterios establecidos en el *Marco integrado del proyecto interno* publicado por el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway. Nuestro informe con fecha 31 de marzo de 2009 expresó una opinión favorable sin salvedades acerca del control interno de la información financiera de la empresa.

Deloitte & Touche LLP

Charlotte, Carolina del Norte
31 de marzo de 2009

(2) ofrecen una garantía razonable de que las transacciones estén registradas según sea necesario para permitir la preparación de estados financieros de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados, y que los recibos y gastos se estén realizando únicamente de acuerdo con las autorizaciones de la gerencia y directores de la empresa; y (3) proporcionan una garantía razonable en cuanto a la prevención o detección oportuna de adquisiciones, uso o disposiciones no autorizadas de los activos de la empresa que podrían tener un efecto sustancial en los estados financieros.

Debido a las limitaciones inherentes del control interno de la información financiera, incluyendo la posibilidad de colusión o la elusión inadecuada de los controles por parte de la gerencia, no es posible prevenir o detectar de manera oportuna las declaraciones erróneas sustanciales debidas a errores o fraudes. Asimismo, las proyecciones de cualquier evaluación de la efectividad del control interno de la información financiera para períodos futuros están sujetas al riesgo de que los controles puedan llegar a ser inadecuados debido al cambio en las condiciones o al posible deterioro del grado de conformidad respecto a las políticas o procedimientos.

Según nuestra opinión, la empresa mantuvo, para todos los efectos relevantes, un control interno efectivo de la información financiera a partir del 30 de enero de 2009 en función de los criterios establecidos en el *Marco integrado del proyecto interno* publicado por el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway.

También hemos auditado, de acuerdo con los estándares de la Junta de Auditorías de Sociedades Anónimas (Estados Unidos), los estados financieros consolidados a partir y para el año fiscal de la empresa que finalizó el 30 de enero de 2009. Nuestro informe con fecha 31 de marzo de 2009 expresó una opinión favorable sin salvedades acerca de estos estados financieros.

Deloitte & Touche LLP

Charlotte, Carolina del Norte
31 de marzo de 2009

ESTADOS CONSOLIDADOS DE GANANCIAS

(En millones, excepto los datos de las acciones y los porcentajes) Años fiscales que finalizaron el	30 de enero de, 2009	% Ventas	2 de febrero de 2008	% Ventas	2 de febrero de 2007	% Ventas
Ventas netas (nota 1)	\$48,230	100.00%	\$48,283	100.00%	\$46,927	100.00%
Costo de ventas (nota 1)	31,729	65.79	31,556	65.36	30,729	65.48
Margen bruto	16,501	34.21	16,727	34.64	16,198	34.52
Gastos:						
De ventas, generales y administrativos (notas 1, 3, 6, 8, 9 y 12)	11,074	22.96	10,515	21.78	9,738	20.75
Costos de apertura de tiendas (nota 1)	102	0.21	141	0.29	146	0.31
Depreciación (notas 1 y 4)	1,539	3.19	1,366	2.83	1,162	2.48
Interés: neto (notas 10 y 15)	280	0.58	194	0.40	154	0.33
Gastos totales	12,995	26.94	12,216	25.30	11,200	23.87
Ganancias previas a la deducción de impuestos	3,506	7.27	4,511	9.34	4,998	10.65
Provisión para impuesto sobre la renta (nota 10)	1,311	2.72	1,702	3.52	1,893	4.03
Ganancias netas	\$ 2,195	4.55%	\$ 2,809	5.82%	\$ 3,105	6.62%
Ganancias básicas por acción (nota 11)	\$ 1.51		\$ 1.90		\$ 2.02	
Ganancias diluidas por acción (nota 11)	\$ 1.49		\$ 1.86		\$ 1.99	
Dividendos en efectivo por acción	\$ 0.335		\$ 0.290		\$ 0.180	

Consulte las notas que se encuentran más adelante correspondientes a los estados financieros consolidados.

Lowe's Companies, Inc.

ESTADOS DE SITUACIÓN CONSOLIDADOS

(En millones, excepto datos de valor nominal y porcentajes)	30 de enero de 2009	%	1 de febrero de 2008	%
		Total		Total
Activos				
Activos corrientes:				
Efectivo y equivalentes de efectivo (nota 1)	\$ 245	0.7%	\$ 281	0.9%
Inversiones a corto plazo (notas 1, 2 y 3)	416	1.3	249	0.8
Inventario de mercancías: neto (nota 1)	8,209	25.1	7,611	24.6
Impuestos sobre la renta diferidos: neto (notas 1 y 10)	166	0.5	247	0.8
Otros activos corrientes (nota 1)	215	0.7	298	1.0
Total de activos corrientes	9,251	28.3	8,686	28.1
Propiedad, menos la depreciación acumulada (notas 1 y 4)	22,722	69.5	21,361	69.2
Inversiones a largo plazo (notas 1,2 y 3)	253	0.8	509	1.7
Otros activos (nota 1)	460	1.4	313	1.0
Total de activos	\$ 32,686	100.0%	\$ 30,869	100.0%
Pasivos y capital de los accionistas				
Pasivos corrientes:				
Préstamos a corto plazo (nota 5)	\$ 987	3.0%	\$ 1,064	3.5%
Vencimientos actuales de deudas a largo plazo (nota 6)	34	0.1	40	0.1
Cuentas por pagar (nota 1)	4,109	12.6	3,713	12.0
Compensación acumulada y beneficios para empleados	434	1.3	467	1.5
Pasivos de autoseguro (nota 1)	751	2.3	671	2.2
Ingresos diferidos (nota 1)	674	2.1	717	2.3
Otros pasivos corrientes (nota 1)	1,033	3.1	1,079	3.5
Total de pasivos corrientes	8,022	24.5	7,751	25.1
Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales (notas 3, 6 y 12)	5,039	15.4	5,576	18.1
Impuestos sobre la renta diferidos: neto (notas 1 y 10)	660	2.0	670	2.2
Otros pasivos (nota 1)	910	2.9	774	2.5
Total de pasivos	14,631	44.8	14,771	47.9
Compromisos y contingencias (nota 13)				
Capital de los accionistas (nota 7):				
Acciones preferidas: valor nominal, \$5; ninguna emisión	-	-	-	-
Acciones comunes: valor nominal, \$0.50;				
Acciones emitidas y en circulación				
30 de enero de 2009	1,470			
1 de febrero de 2008	735	2.2	729	2.3
Excedente de capital sobre el valor nominal	277	0.8	16	0.1
Ganancias acumuladas	17,049	52.2	15,345	49.7
Otra utilidad (pérdida) integral acumulada (nota 1)	(6)	-	8	-
Total de capital de los accionistas	18,055	55.2	16,098	52.1
Total de pasivos y capital de los accionistas	\$ 32,686	100.0%	\$ 30,869	100.0%

Consulte las notas que se encuentran más adelante correspondientes a los estados financieros consolidados.

ESTADOS CONSOLIDADOS DEL CAPITAL DE LOS ACCIONISTAS

(En millones)	Acciones comunes		Excedente de capital sobre el valor nominal	Resultados acumulados	Otro ingreso comprensivo (pérdida) acumulado	Total del capital de los accionistas
	Acciones	Monto				
Saldo del 3 de febrero de 2006	1,568	\$ 784	\$ 1,320	\$ 12,191	\$ 1	\$ 14,296
Ingreso comprensivo (nota 1):						
Ganancias netas				3,105		
Conversión de divisas					(2)	
Ganancias netas no realizadas por inversiones (nota 3)					2	
Total del ingreso comprensivo						3,105
Efecto contributivo de opciones de compra de acciones no calificadas ejercidas			21			21
Dividendos en efectivo				(276)		(276)
Gastos relacionados con el pago basado en acciones (nota 8)			59			59
Recompra de acciones comunes (nota 7)	(57)	(28)	(1,549)	(160)		(1,737)
Conversión de deuda a acciones comunes (nota 6)	4	2	80			82
Opciones de compra de acciones de los empleados ejercidas y acciones no ofrecidas por oferta pública (nota 8)	7	3	96			99
Plan de compra de acciones para los empleados (nota 8)	3	1	75			76
Saldo del 2 de febrero de 2007	1,525	\$ 762	\$ 102	\$ 14,860	\$ 1	\$ 15,725
Ajuste del efecto acumulativo (nota 10)				(8)		(8)
Ingreso comprensivo (nota 1):						
Ganancias netas				2,809		
Conversión de divisas					7	
Total del ingreso comprensivo						2,816
Efecto contributivo de opciones de compra de acciones no calificadas ejercidas			12			12
Dividendos en efectivo				(428)		(428)
Gastos relacionados con el pago basado en acciones (nota 8)			99			99
Recompra de acciones comunes (nota 7)	(76)	(38)	(349)	(1,888)		(2,275)
Conversión de deuda a acciones comunes (nota 6)	1	—	13			13
Opciones de compra de acciones de los empleados ejercidas y acciones no ofrecidas por oferta pública (nota 8)	5	3	61			64
Plan de compra de acciones para los empleados (nota 8)	3	2	78			80
Saldo del 1 de febrero de 2008	1,458	\$ 729	\$ 16	\$ 15,345	\$ 8	\$ 16,098
Ingreso comprensivo (nota 1):						
Ganancias netas				2,195		
Conversión de divisas					(13)	
Pérdidas netas no realizadas por inversiones (Nota 3)					(1)	
Total del ingreso comprensivo						2,181
Efecto contributivo de opciones de compra de acciones no calificadas ejercidas			5			5
Dividendos en efectivo				(491)		(491)
Gastos relacionados con el pago basado en acciones (nota 8)			95			95
Recompra de acciones comunes	—	—	(8)			(8)
Conversión de deuda a acciones comunes (nota 6)	—	—	1			1
Opciones de compra de acciones de los empleados ejercidas y acciones no ofrecidas por oferta pública (nota 8)	8	4	94			98
Plan de compra de acciones para los empleados (nota 8)	4	2	74			76
Saldo del 30 de enero de 2009	1,470	\$ 735	\$ 277	\$ 17,049	\$ (6)	\$ 18,055

Consulte las notas que se encuentran más adelante correspondientes a los estados financieros consolidados.

ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO

(En millones)	30 de enero de 2009	1 de febrero de 2008	2 de febrero de 2007
Años fiscales que finalizaron el			
Flujos de efectivo de actividades operativas:			
Ganancias netas	\$ 2,195	\$ 2,809	\$ 3,105
Ajustes para conciliar las ganancias netas con el efectivo neto provisto por actividades operativas:			
Depreciación y amortización	1,667	1,464	1,237
Impuestos sobre la renta diferidos	69	2	(6)
Pérdida en la propiedad y otros activos	89	51	23
Pérdida por cancelación de deuda a largo plazo	8	–	–
Pérdida en transacciones por modificaciones en el tipo de cambio	3	–	–
Gastos relacionados con el pago basado en acciones	95	99	62
Cambios en activos y pasivos operativos:			
Inventario de mercancías: neto	(611)	(464)	(509)
Otros activos operativos	31	(64)	(135)
Cuentas por pagar	402	185	692
Otros pasivos operativos	174	265	33
Efectivo neto proporcionado por actividades operativas	4,122	4,347	4,502
Flujos de efectivo de actividades de inversión:			
Compras de inversiones a corto plazo	(210)	(920)	(284)
Productos de la venta/vencimiento de inversiones a corto plazo	431	1,183	572
Compras de inversiones a largo plazo	(1,148)	(1,588)	(558)
Productos de la venta/vencimiento de inversiones a largo plazo	994	1,162	415
Aumento en otros activos a largo plazo	(56)	(7)	(16)
Propiedad adquirida	(3,266)	(4,010)	(3,916)
Producto de venta de propiedad y otros activos a largo plazo	29	57	72
Efectivo neto utilizado en actividades de inversión	(3,226)	(4,123)	(3,715)
Flujos de efectivo de actividades de financiamiento:			
Aumento (disminución) neto en préstamos a corto plazo	(57)	1,041	23
Producto de la emisión de la deuda a largo plazo	15	1,296	989
Pago de la deuda a largo plazo	(573)	(96)	(33)
Producto de la emisión de acciones comunes según el plan de compra de acciones para los empleados	76	80	76
Producto de la emisión de acciones comunes de las opciones de compra de acciones ejercidas	98	69	100
Pagos de dividendos en efectivo	(491)	(428)	(276)
Recompra de acciones comunes	(8)	(2,275)	(1,737)
Exceso de beneficios contributivos de los pagos basados en acciones	1	6	12
Efectivo neto utilizado en actividades de financiación	(939)	(307)	(846)
Efecto en el efectivo de las modificaciones en el tipo de cambio	7	–	–
Disminución neta en efectivo y equivalentes de efectivo	(36)	(83)	(59)
Efectivo y equivalentes de efectivo, al comienzo del año	281	364	423
Efectivo y equivalentes de efectivo, al final del año	\$ 245	\$ 281	\$ 364

Consulte las notas que se encuentran más adelante correspondientes a los estados financieros consolidados.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Años fiscales que finalizaron el 30 de enero de 2009, el 1 de febrero de 2008 y el 2 de febrero de 2007

NOTA 1 RESUMEN DE LAS POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS

Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias (la Empresa) es la segunda empresa minorista de mejoras del hogar más grande del mundo y, al 30 de enero de 2009, operaba 1,649 tiendas en Estados Unidos y Canadá. A continuación, se describen las políticas contables que la empresa considera significativas.

Año fiscal: el año fiscal de la empresa finaliza el último viernes del mes de enero. Cada uno de los años fiscales presentados abarcó 52 semanas de resultados operativos. Todas las referencias de los años 2008, 2007 y 2006 aquí mencionadas representan los años fiscales que finalizaron el 30 de enero de 2009, el 1 de febrero de 2008 y el 2 de febrero de 2007, respectivamente.

Principios de consolidación: los estados financieros consolidados incluyen las cuentas de la empresa y sus subsidiarias operativas de propiedad absoluta o controladas. Todas las cuentas y transacciones tangibles entre empresas han sido eliminadas.

Divisas: las monedas funcionales de las subsidiarias internacionales de la empresa son principalmente las monedas locales de los países en los que se encuentran las subsidiarias. Los activos y pasivos en divisas se convierten en dólares estadounidenses mediante los tipos de cambio vigentes en la fecha del estado de situación consolidado. Los resultados de las operaciones y los flujos de efectivo se convierten con los tipos de cambio promedio durante todo el período. El efecto de las fluctuaciones del tipo de cambio en la conversión de activos y pasivos se incluye como un componente del capital de los accionistas en otro ingreso (pérdida) comprensivo acumulado. Las ganancias y pérdidas por transacciones de divisas, que se incluyen en los gastos de ventas, generales y administrativos (SG&A), han sido insignificantes.

Uso de cálculos aproximados: la preparación de los estados financieros de la empresa conforme a los principios contables generalmente aceptados en Estados Unidos de América requiere que la gerencia realice estimados que involucren a los montos informados de activos, pasivos, ventas y gastos, y divulgaciones relacionadas de activos y pasivos contingentes. Para realizar estos estimados la empresa se basa en resultados históricos y diversas suposiciones razonables, que forman la base para realizar cálculos aproximados relacionados con los valores contables de los activos y los pasivos que no se pueden obtener fácilmente a partir de otras fuentes. Los resultados reales pueden diferir de estos cálculos aproximados.

Efectivo y equivalentes en efectivo: aquí se incluye el efectivo en caja, depósitos a la vista e inversiones a corto plazo con vencimientos originales de tres meses o menos cuando se realiza la compra. La mayoría de los pagos debidos de instituciones financieras para la liquidación de transacciones de tarjeta de crédito y tarjeta de débito se procesan dentro de dos días hábiles y se clasifican, por lo tanto, como efectivo y equivalentes de efectivo.

Inversiones: la empresa cuenta con un programa de gestión de efectivo que estipula la inversión de efectivo en caja que no se espera se use en operaciones corrientes en instrumentos financieros que tengan vencimientos de hasta 10 años. Los pagarés a la vista de tasa variable, que han establecido fechas de vencimiento de más de 10 años, cumplen con este requisito de vencimiento del programa de gestión de efectivo debido a que la fecha de vencimiento de estas inversiones se determina sobre la base de la fecha restablecida de la tasa de interés y la fecha de establecimiento del valor nominal con el fin de aplicar estos criterios.

Inversiones, excepto las de equivalentes de efectivo, con una fecha de vencimiento establecida en un año o menos a partir de la fecha del estado de situación o que se espera se usen en operaciones corrientes, se clasifican como inversiones a corto plazo. Los valores mercadeables de la empresa también se clasifican como inversiones a corto plazo. Las demás inversiones, se clasifican como a largo plazo. A partir del 30 de enero de 2009, las inversiones consistían principalmente en fondos del mercado monetario, certificados de depósito, obligaciones municipales y fondos mutuos de inversión. Los saldos restringidos pignorados como colaterales para cartas de crédito para el programa de garantía extendida de la empresa y para una parte del seguro para accidentes de la empresa y los pasivos del programa de ventas e instalaciones también se clasifican como inversiones.

La empresa mantiene valores de inversión en conjunto con algunos planes de beneficios para empleados que se clasifican como valores mercadeables. Estos valores se comercializan a un valor justo de mercado con las ganancias o

pérdidas no realizadas incluidas en gastos de ventas, generales y administrativos. Todos los valores de inversión se clasifican como disponibles para la venta y se comercializan a un valor justo de mercado con las ganancias y pérdidas no realizadas incluidas en otro ingreso (pérdidas) comprensivo acumulado en el capital de los accionistas.

Inventario de mercancía: el inventario se declara al costo o mercado más bajo mediante el método contable denominado primeras entradas primeras salidas. El costo de inventario incluye además ciertos costos asociados con la preparación de inventario para la reventa, incluidos los costos del centro de distribución y es neto de los fondos de proveedores.

La empresa registra una reserva de inventario para la pérdida prevista asociada con la venta de existencias por debajo del costo. Esta reserva se basa en el conocimiento actual de la gerencia con respecto a los niveles de inventario, tendencias de venta y experiencia histórica. La gerencia no cree que los inventarios de mercancía de la empresa estén sujetos a un riesgo por obsolescencia importante en poco tiempo, y la gerencia tiene la capacidad para ajustar las prácticas de compras basándose en las tendencias de ventas previstas y las condiciones económicas generales. Sin embargo, los cambios en los patrones de compra del consumidor podrían resultar en la necesidad de reservas adicionales. La empresa registra además una reserva de inventario para la merma estimada entre inventarios físicos. Esta reserva se basa principalmente en los resultados por mermas reales de los inventarios físicos anteriores. Es posible que se necesiten realizar cambios en la reserva para mermas estimadas según la fecha y los resultados de los inventarios físicos. La gerencia cree tener conocimientos históricos y actuales suficientes para registrar estimados razonables para estas dos reservas de inventario.

Instrumentos financieros derivados: ocasionalmente, la empresa utiliza instrumentos financieros derivados para controlar ciertos riesgos comerciales. No obstante, los montos no fueron tangibles en los estados financieros consolidados de la empresa en ninguno de los años presentados. La empresa no usa instrumentos financieros derivados para fines comerciales.

Programas de crédito: la mayoría de las cuentas por cobrar de la empresa surgen de las ventas de bienes y servicios a los clientes de negocios comerciales. La empresa tiene un acuerdo con la empresa General Electric y sus subsidiarias (GE) conforme al cual GE compra a valor nominal nuevas cuentas por cobrar de negocios comerciales originadas por la empresa y mantiene estas cuentas. Este acuerdo finaliza en diciembre de 2016, a menos que las partes lo rescindan antes. La empresa contabiliza éstas como transferencias como ventas de cuentas por cobrar. Cuando la empresa vende sus cuentas por cobrar de negocios comerciales, retiene ciertos intereses en esas cuentas, incluida la financiación de una reserva de pérdida y su obligación relacionada con el mantenimiento continuo de GE de las cuentas por cobrar vendidas. Cualquier pérdida o ganancia de la venta se determina sobre la base de los valores contables anteriores de los activos transferidos distribuidos a un valor justo entre las cuentas por cobrar vendidas y los intereses retenidos. El valor justo está basado en el valor actual de flujos de efectivo futuros esperados, teniendo en cuenta las suposiciones clave de pérdidas de crédito anticipadas, tasas de pago, tasas por pago atrasado, costos de mantenimiento de GE y la tasa de descuento acorde con la incertidumbre involucrada. Debido a la naturaleza de corto plazo de las cuentas por cobrar vendidas, los cambios realizados en las suposiciones clave no afectarán sustancialmente a la pérdida o ganancia registrada sobre las ventas de cuentas por cobrar o el valor justo de los intereses retenidos en las cuentas por cobrar.

El total de las cuentas por cobrar de negocios comerciales vendidas a GE fue de \$1.7 mil millones en 2008 y \$1.8 mil millones tanto en 2007 como en 2006. Durante 2008, 2007 y 2006, la empresa reconoció pérdidas de \$38 millones, \$34 millones y \$35 millones, respectivamente, en estas ventas como gastos de venta, generales y administrativos (SG&A), que se relacionan principalmente con el valor justo de las obligaciones incurridas relacionadas con los costos de mantenimiento que se remiten a GE mensualmente. Al 30 de enero de 2009 y al 1 de febrero de 2008, el valor justo de los intereses retenidos fue insignificante y se determinó sobre la base del valor actual de flujos de efectivo futuros esperados.

Las ventas generadas por medio de las tarjetas de crédito exclusivas de la empresa no se reflejan en las cuentas por cobrar. Según un acuerdo con GE, GE extiende el crédito directamente a los clientes. GE ejecuta y controla directamente todos los servicios relacionados con el programa. La empresa tiene la

opción, pero no la obligación, de comprar las cuentas por cobrar cuando finalice el acuerdo en diciembre de 2016. Los costos de licitación, incluidos los montos asociados con la aceptación de las tarjetas de crédito exclusivas de la empresa, se registran como gastos de ventas, generales y administrativos en los estados financieros consolidados.

El total de la cartera de cuentas por cobrar que tiene GE, incluidas las cuentas por cobrar originadas por GE de las tarjetas de crédito exclusivas de la empresa y las cuentas por cobrar de negocios comerciales originadas por la empresa y vendidas a GE, se aproximó a \$6.8 mil millones el 30 de enero de 2009 y a \$6.6 mil millones el 1 de febrero de 2008.

Propiedad y depreciación: la propiedad se registra al costo. Los costos asociados con las adquisiciones importantes se capitalizan y se deprecian. Se espera que los activos fijos produzcan beneficios futuros y que tengan una vida útil que exceda el año. El costo total de un activo fijo generalmente incluye todos los impuestos sobre las ventas aplicables, costos de entrega, costos de instalación y otros costos correspondientes incurridos por la empresa en el caso de los activos generados por ésta. Una vez vendida la propiedad, el costo de propiedades y la depreciación acumulada relacionada se eliminan de las cuentas, con las ganancias y pérdidas reflejadas en los gastos de ventas, generales y administrativos en los estados consolidados de las ganancias.

La depreciación se proporciona sobre las vidas útiles estimadas de los activos depreciables. Los activos se deprecian mediante el método lineal. Las mejoras realizadas en la propiedad arrendada se deprecian sobre la vida útil estimada más corta o el período del arrendamiento relacionado, que puede incluir una o más opciones de períodos de renovación, donde el hecho de no cumplir con dichas opciones resultaría en una sanción económica de un monto tal que la renovación parezca, desde el inicio del arrendamiento, estar razonablemente asegurada. Durante el período de vigencia de un arrendamiento, si se realiza una inversión adicional considerable en la propiedad arrendada, la empresa vuelve a evaluar la definición del período de vigencia del arrendamiento para determinar si la inversión, junto con las sanciones relacionadas a la no renovación, constituirá una sanción económica en un monto tal que la renovación parezca, al momento de la realizar nuevamente la evaluación, estar razonablemente asegurada.

Menoscabo de activos de larga duración/Actividades de liquidación: los valores contables de los activos de larga duración se revisan cada vez que eventos o cambios en las circunstancias indiquen que existe la posibilidad de que el valor contable no pueda recuperarse.

En el caso de los activos de larga duración en uso, se considera que ocurre un menoscabo potencial si los flujos de efectivo futuros proyectados sin descontar que se esperan como consecuencia del uso y la eventual disposición de los activos son inferiores a los valores contables de los activos. Se reconoce una pérdida por menoscabo cuando el valor contable del activo de larga duración no es recuperable y excede su valor justo. La empresa calcula el valor justo sobre la base de flujos de efectivo sin descontar, futuros y proyectados a partir del uso y la posible disposición de los activos.

En el caso de abandono de activos de larga duración, la empresa considera que el activo debe desecharse cuando deja de usarse. Hasta ese momento, la empresa continúa clasificando los activos como en uso y evalúa el menoscabo potencial según corresponda. Si la empresa se compromete con un plan para abandonar un activo de larga duración antes de la finalización de su vida útil estimada previamente, los cálculos aproximados de depreciación se revisan.

En el caso de los activos de larga duración destinados a la venta, se registra un cargo por menoscabo si su valor contable supera su valor equitativo menos el costo de venta. El valor justo se determina mediante una tasación de mercado o una técnica de evaluación que tiene en cuenta diversos factores, incluidas las condiciones del mercado local. Un activo de larga duración no se deprecia mientras esté clasificado como destinado a la venta.

El cargo por menoscabo está incluido en los gastos de ventas, generales y administrativos. Durante 2008, la empresa registró cargos por menoscabo de activos de larga duración por \$21 millones, incluidos \$16 millones por operar tiendas y \$5 millones por reubicar tiendas, tiendas cerradas y otras propiedades en exceso. La empresa registró cargos por menoscabo de activos de larga duración por \$28 millones y \$5 millones por reubicar tiendas, tiendas cerradas y otras propiedades en exceso en 2007 y 2006, respectivamente.

Los valores netos contables para tiendas reubicadas, tiendas cerradas y otras propiedades en exceso que se espera se vendan dentro de los próximos 12 meses se clasifican como destinadas a la venta y se incluyen en otros activos corrientes en el estado de situación consolidado. Los activos destinados a la venta conformaron un total de \$6 millones al 30 de enero de 2009 y de \$28 millones al 1 de febrero de 2008. Los valores netos contables para tiendas reubicadas, tiendas cerradas y otras propiedades en exceso que no cumplan con los criterios para estar destinadas a la venta se incluyen en otros activos (no corrien-

tes) en el estado de situación consolidado. Al 30 de enero de 2009 y al 1 de febrero de 2008 estos valores conformaron un total de \$174 millones y \$91 millones, respectivamente.

Cuando las tiendas arrendadas operativas están cerradas, se reconoce un pasivo por el valor justo de futuras obligaciones contractuales, incluidos impuestos sobre la propiedad, utilidades y mantenimiento de áreas comunes, el neto de la renta del subarriendo estimado. El pasivo, que está incluido en otros pasivos corrientes en el estado de situación consolidado, fue de \$7 millones y \$11 millones al 30 de enero de 2009 y al 1 de febrero de 2008, respectivamente.

Arrendamientos: para los acuerdos de arrendamiento que estipulan el aumento de los pagos del alquiler o períodos de ocupación sin pago de alquiler, la empresa reconoce el gasto de alquiler en función del método lineal durante el plazo de vigencia del arrendamiento no cancelable y cualquier período de renovación de la opción, donde el hecho de no cumplir con dichas opciones resultaría en una sanción económica de un monto tal que la renovación parezca, desde el inicio del arrendamiento, estar razonablemente asegurada. El período de arrendamiento comienza en la fecha en la que la empresa toma posesión o controla el uso físico de la propiedad. El arrendamiento diferido está incluido en otros pasivos (no corrientes) en el estado de situación consolidado.

Los activos bajo el capital de arrendamiento se amortizan conforme a la política de depreciación normal de la empresa para activos poseídos o, si es más corto, sobre el período de arrendamiento no cancelable y cualquier período de renovación de la opción donde el hecho de no cumplir con dicha opción resultaría en una sanción económica de un monto tal que la renovación parezca, desde el inicio del arrendamiento, estar razonablemente asegurada. La amortización de los activos se incluye en el gasto de depreciación en los estados financieros consolidados. Durante el período de un arrendamiento, si se realiza una inversión adicional considerable en una propiedad arrendada, la empresa vuelve a evaluar la definición de su período de arrendamiento.

Cuentas por pagar: en junio de 2007, la empresa celebró un acuerdo de servicios administrados por el cliente con un tercero para proporcionar un sistema de seguimiento de cuentas por pagar que facilita la capacidad de proveedores participantes de financiar las obligaciones de pago de la empresa con instituciones financieras de terceros designadas. Los proveedores participantes pueden, a su exclusivo criterio, realizar ofertas para financiar una o más obligaciones de pago de la empresa antes de sus fechas de vencimiento programadas a un precio descontado para instituciones financieras participantes. El objetivo de la empresa al celebrar este acuerdo era capturar todos los ahorros en cadena de suministros, en forma de fijación de precios, términos de pago o financiamiento de proveedores, creados para facilitar la capacidad del proveedor de financiar las obligaciones de pago con tasas de descuento más favorables y brindarles mayor flexibilidad con el capital de trabajo.

Las obligaciones de la empresa con sus proveedores, incluidos los montos debidos y fechas de pago programadas, no son afectadas por las decisiones de los proveedores de financiar montos conforme a este acuerdo. No obstante, el derecho de la empresa de compensar los saldos debidos de proveedores contra obligaciones de pago se restringe mediante este acuerdo para las obligaciones de pago que han sido financiadas por los proveedores. Al 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, se habían colocado en el sistema de seguimiento de cuentas por pagar \$393 millones y \$77 millones, respectivamente, de las obligaciones pendientes de pago de la empresa. Los proveedores participantes financiaron \$370 millones y \$48 millones, respectivamente, de esas obligaciones de pago para instituciones financieras participantes.

Autoseguro: la empresa está autoasegurada para ciertas pérdidas relacionadas con la indemnización de accidentes de trabajo, automóvil, propiedad y reclamaciones generales y de responsabilidad legal por productos. La empresa tiene una cobertura de pérdida limitada para limitar la exposición que surja de estas reclamaciones. La empresa también está autoasegurada para ciertas pérdidas relacionadas con garantía extendida y reclamaciones dentales y médicas. Las reclamaciones de autoseguro presentadas y las reclamaciones efectuadas pero no registradas formalmente se acumulan conforme a los cálculos aproximados de la gerencia del costo final descontado para las reclamaciones autoaseguradas realizadas usando las suposiciones actuariales consideradas en la industria de seguros y la experiencia histórica. Aunque la gerencia cree que tiene la capacidad de estimar de manera razonable las pérdidas relacionadas con las reclamaciones, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados.

Impuestos sobre la renta: la empresa establece activos y pasivos por impuestos sobre la renta diferidos para diferencias temporales entre el impuesto y las bases contables financieras de activos y pasivos. Los efectos contributivos de dichas diferencias se reflejan en el estado de situación en las tasas contributi-

vas aprobadas que se espera estén en vigencia cuando las diferencias se invierten. Si es más probable que todo o una parte del activo no sea realizado, se registra un descuento para reducir el valor contable de los activos por impuestos diferidos. Los balances contributivos y el gasto de impuestos sobre la renta reconocidos por la empresa se basan en la interpretación de la gerencia de las normas contributivas de varias jurisdicciones.

La empresa establece una reserva para situaciones fiscales para las cuales se presentan incertidumbres con respecto a si la situación podrá, en última instancia, sostenerse. La empresa incluye los intereses relacionados con cuestiones contributivas como parte de los intereses netos en los estados financieros consolidados. La empresa registra cualquier sanción aplicable relacionada con cuestiones contributivas dentro de la provisión para impuesto sobre la renta.

Reconocimiento de ingresos: la empresa reconoce ingresos, neto de impuestos sobre las ventas, cuando ocurren las transacciones de ventas y los clientes toman posesión de la mercadería. Se proporciona una provisión para devoluciones anticipadas de mercancías mediante una reducción de ventas y costos de ventas en el período en el que se registran las ventas relacionadas. Los ingresos provenientes de servicios de instalación de productos se conocen cuando se completa la instalación. Los ingresos diferidos asociados con los montos recibidos para los cuales los clientes no habían tenido aún posesión de la mercancía o para los cuales la instalación no había sido aún completada fueron de \$328 millones y de \$332 millones, el 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, respectivamente.

Los ingresos provenientes de tarjetas de compra, que incluye las tarjetas de regalo y los créditos de mercancías devueltas, se difieren y reconocen cuando se canjean las tarjetas. El pasivo asociado a las tarjetas de compras pendientes fue de \$346 millones y de \$385 millones el 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, respectivamente; estos montos están incluidos en ingresos diferidos en el estado de situación consolidado adjunto. La empresa reconoce el ingreso proveniente de tarjetas de compras sin canjear cuando el canje es remoto. Las tarjetas de compra de la empresa no tienen fecha de vencimiento o cargos por inactividad. Por lo tanto, para determinar cuándo un canje es remoto, la empresa analiza una clasificación por antigüedad para las tarjetas sin canjear según la fecha del último uso de la tarjeta de compra.

Garantías extendidas: Lowe's vende contratos de garantía extendida con precios por separado de acuerdo con un programa con la marca Lowe's para el que, en última instancia, la empresa se encuentra autoasegurada. La empresa reconoce ingresos provenientes de ventas de garantías extendidas en función del método lineal en el término respectivo del contrato. Los términos de los contratos de garantía extendida varían entre uno y cuatro años a partir de la fecha de compra o de la finalización de la garantía del fabricante, según sea pertinente. El ingreso diferido de la garantía extendida de la empresa está incluido en otros pasivos (no corrientes) en el estado de situación consolidado adjunto. Los cambios en el ingreso diferido en contratos de garantía extendida se resumen de la siguiente manera:

(En millones)	2008	2007
Ingreso diferido de garantía extendida, al comienzo del año	\$ 407	\$315
Adiciones al ingreso diferido	193	175
Ingreso diferido reconocido	(121)	(83)
Ingreso diferido de garantía extendida, al final del año	\$ 479	\$407

Los costos de adquisición directa incrementales asociados a la venta de garantías extendidas también se difieren y reconocen como gasto en función del método lineal en el término respectivo del contrato. Los costos diferidos asociados con los contratos de garantías extendidas fueron de \$121 millones y de \$91 millones el 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, respectivamente. Los costos diferidos de la garantía extendida de la empresa están incluidos en otros activos (no corrientes) en el estado de situación consolidado adjunto. Los demás costos, como los costos de servicios prestados de acuerdo al contrato, gastos generales y administrativos y gastos en publicidad se realizan en el momento.

El pasivo de reclamaciones de garantía extendida realizados está incluido en los pasivos de autoseguro en el estado de situación consolidado adjunto. Los cambios en el pasivo de reclamaciones de garantía extendida se resumen de la siguiente manera:

(En millones)	2008	2007
Pasivo de reclamaciones de garantía extendida, al comienzo del año	\$ 14	\$ 10
Acumulación por reclamaciones realizadas	53	41
Pagos de reclamaciones	(50)	(37)
Pasivo de reclamaciones de garantía extendida, al final del año	\$ 17	\$ 14

Costo de ventas y gastos de ventas, generales y administrativos: a continuación se presenta una lista de los costos primarios clasificados bajo categorías principales de gastos:

Costo de ventas

- Costo total de productos vendidos, incluidos:
 - Costos de compras, neto de fondos de proveedores;
 - Gastos de flete asociados con el transporte de inventarios de mercancía desde proveedores hacia tiendas minoristas;
 - Costos asociados con la operación de la red de distribución de la empresa, incluidos los costos de planilla y de beneficios y costos de ocupación;
- Costos de servicios de instalación;
- Costos asociados con la entrega de productos directamente desde el proveedor hacia el cliente mediante terceros;
- Costos asociados con las mermas de inventario y obsolescencia.

De ventas, generales y administrativos

- Costos de nómina y beneficios para empleados corporativos y de minoristas;
- Costos de ocupación de instalaciones corporativas y minoristas;
- Publicidad;
- Costos asociados con la entrega de productos desde las tiendas hacia los clientes;
- Costos por servicios de terceros en la tienda;
- Costos de licitación, incluidos cargos bancarios, costos asociados con las tarifas de intercambio de tarjetas de crédito y montos asociados con la aceptación de las tarjetas de crédito propias de la empresa;
- Costos asociados con los planes de autoseguro, y costos de prima para coberturas de pérdida limitada y planes completamente asegurados;
- Cargos por menoscabo de activos de larga duración y ganancias/pérdidas en la venta de activos;
- Otros costos administrativos, como proveedores, viajes y entretenimiento.

Fondos de proveedores: la empresa recibe fondos de los proveedores en el transcurso normal de las operaciones comerciales, principalmente como resultado de volúmenes de compras, ventas, pagos por adelantado o promociones de los productos de los proveedores. De acuerdo con las disposiciones de los acuerdos con proveedores vigentes, la gerencia desarrolla tasas de acumulación mediante el cálculo del momento en el que la empresa habrá completado su desempeño según el acuerdo y obtenido las ganancias de los montos acordados. Debido a la complejidad y diversidad de los acuerdos individuales de proveedores, la empresa lleva a cabo análisis y revisa las tendencias históricas durante todo el año para asegurar que los montos obtenidos se registren de manera apropiada. Como parte de estos análisis, la empresa valida sus tasas de acumulación basándose en las tendencias de compras reales y las aplica a los volúmenes de compra reales para determinar el monto de los fondos acumulados por la empresa y cuentas por cobrar del proveedor. Los montos acumulados durante todo el año pueden verse afectados si los volúmenes de compras reales difieren de los volúmenes de compra anuales proyectados, especialmente en el caso de programas que prevén un financiamiento creciente cuando se satisfacen los volúmenes de compra por etapas.

Los fondos de proveedores se tratan como reducciones del costo de inventario, a menos que representen un reembolso de costos específicos, incrementales e identificables realizados por la empresa para vender el producto del proveedor. Básicamente todos los fondos de los proveedores que la empresa recibe no satisfacen los criterios de costos específicos, incrementales e identificables. Por lo tanto, la empresa considera la gran mayoría de estos fondos como una reducción en el costo de inventario cuando se acumulan los montos y reconoce estos fondos como una reducción del costo de ventas cuando se vende el inventario.

Publicidad: los costos asociados a la publicidad se cargan como gastos realizados. Los gastos por publicidad fueron de \$789 millones, \$788 millones y \$873 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Costos de transporte y manejo: la empresa incluye costos de transporte y manejo relacionados con la entrega de productos directamente desde los proveedores hacia los clientes mediante terceros al costo de ventas. Los costos de transporte y manejo, que incluyen gastos de salarios y operaciones de vehículos relacionados con la entrega de productos desde las tiendas hacia los clientes, se clasifican como gastos de ventas, generales y administrativos. Los costos de transporte y manejo incluidos en gastos de ventas, generales y administrativos fueron de \$305 millones, \$307 millones y \$310 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Costos de apertura de tiendas: los costos generados por reubicar tiendas o abrir nuevas tiendas, que incluye los costos de nómina y suministros incurridos previos a la apertura de una tienda y costos de la publicidad a gran escala para la apertura, se cargan como operaciones realizadas.

Ingreso comprensivo: la empresa informa el ingreso comprensivo en sus estados consolidados del capital de los accionistas. El ingreso comprensivo representa cambios en el capital de los accionistas de fuentes que no corresponden a propietarios y consta principalmente de ganancias netas más o menos las ganancias o pérdidas no realizadas sobre valores disponibles para la venta, así como ajustes en la conversión de divisas. Las ganancias no realizadas, netas de impuesto, de valores disponibles para la venta clasificadas en otro ingreso (pérdida) comprensivo acumulado en el estado de situación consolidado fueron de \$2 millones tanto el 30 de enero de 2009 como el 1 de febrero de 2008. Las pérdidas por conversión de divisas, netas de impuestos, clasificadas en otro ingreso (pérdida) comprensivo acumulado fueron de \$8 millones el 30 de enero de 2009, y las ganancias por conversión de divisas, netas de impuestos, fueron de \$6 millones el 1 de febrero de 2008. Los ajustes de reclasificación para las ganancias/pérdidas incluidas en las ganancias netas no fueron significativos para ninguno de los períodos presentados.

Pronunciamientos contables recientes: en junio de 2008, la Junta de Normas de Contabilidad Financiera (FASB) emitió la FSP EITF 03-6-1, "Determining Whether Instruments Granted in Share-Based Payment Transactions are Participating Securities". (Determinación si los instrumentos otorgados en transacciones de pagos basadas en acciones son valores participantes) FSP EITF 03-6-1 aborda si los instrumentos otorgados en transacciones de pagos basadas en acciones son valores participantes antes del otorgamiento de derechos y afecta a entidades que acumulan dividendos en efectivo sobre adjudicaciones de pago basadas en acciones durante el período de pago de adjudicaciones cuando los dividendos no tienen que ser devueltos si los empleados pierden el derecho a las adjudicaciones. La FSP EITF 03-6-1 establece que todas las adjudicaciones de pago basadas en acciones sin derecho de posesión pendientes de pago que contienen derechos a dividendos no perdibles participan en las ganancias no distribuidas con los accionistas ordinarios y, por lo tanto, deben incluirse en la asignación de ganancias al calcular las ganancias por acción según el método de dos clases. La FSP EITF 03-6-1 tiene vigencia para los años fiscales que comienzan después del 15 de diciembre de 2008 y los períodos intermedios dentro de esos años fiscales. La empresa no espera que la adopción del FSP EITF 03-6-1 tenga un efecto sustancial sobre sus estados financieros consolidados.

Información sobre segmentos: los segmentos operativos de la empresa, que representan las tiendas minoristas de mejoras del hogar de la empresa, se agregan dentro de un segmento notificable según la manera en que la empresa administra sus negocios. Las tiendas minoristas de mejoras del hogar de la empresa exhiben características económicas de largo plazo similares, venden productos y servicios similares, usan procesos similares para vender esos productos y servicios y venden sus productos y servicios a diferentes tipos de clientes. Los montos de activos de larga duración y ventas netas fuera de EE. UU no fueron significativos para ninguno de los períodos presentados.

Reclasificaciones: algunos montos previos han sido reclasificados para ajustarlos a las clasificaciones actuales. El título anterior de salarios y jornales acumulados se reemplazó con un nuevo título, compensación acumulada y beneficios para empleados, en el estado de situación consolidado. Como parte de lo anterior, algunos montos de períodos anteriores se reclasificaron de otros pasivos corrientes a compensación acumulada y beneficios para empleados.

NOTA 2 MEDIDAS DE VALOR JUSTO E INSTRUMENTOS FINANCIEROS

El Pronunciamiento de normas financieras contables (SFAS) n.º 157, "Medidas de valor justo", provee una única definición de valor justo, junto con un marco para evaluarla y requiere una divulgación adicional sobre el uso del valor justo para evaluar activos y pasivos. La postura del equipo de trabajo de la FASB (FSP) FAS

157-2, "Effective Date of FASB Statement No. 157" (Fecha de entrada en vigencia de la norma n.º 157) retrasó la fecha de entrada en vigencia en un año de todas las medidas no recurrentes del valor justo de activos y pasivos no financieros. Como resultado, la adopción de la empresa de SFAS n.º 157, vigente a partir del 2 de febrero de 2008, actualmente se limita a activos financieros y pasivos medidos al valor justo y otros activos y pasivos no financieros medidos al valor justo de manera recurrente. La empresa eligió un aplazamiento parcial según las disposiciones de FSP FAS 157-2 relacionadas con las medidas de valor justo utilizadas al evaluar el menoscabo de los activos de larga duración y los pasivos para actividades de liquidación o de venta.

SFAS n.º 157 define valor justo como el precio que se recibiría para vender un activo o se pagaría para transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes del mercado en la fecha de medición. SFAS n.º 157 establece una jerarquía de tres niveles, que incentiva a una entidad a maximizar el uso de entradas observables y reducir al mínimo el uso de entradas no observables al medir el valor justo. Los tres niveles de la jerarquía se definen de la siguiente manera:

- Nivel 1: entradas para las técnicas de evaluación que son precios cotizados en los mercados activos para activos o pasivos idénticos.
- Nivel 2: entradas para las técnicas de evaluación que no son precios cotizados, pero que se pueden observar para los activos o pasivos, directa o indirectamente
- Nivel 3: entradas para las técnicas de evaluación que no son observables para los activos o pasivos

El efecto de adoptar parcialmente esta norma no generó cambios en las técnicas de evaluación que la empresa había utilizado anteriormente para medir el valor justo de sus activos y pasivos financieros. Por lo tanto, el principal efecto para la empresa al adoptar parcialmente SFAS n.º 157 fue una ampliación de la información de la medición del valor de mercado.

La siguiente tabla presenta los activos financieros de la empresa medidos al valor de mercado de manera recurrente al 30 de enero de 2009, clasificados por la jerarquía de valor justo de la SFAS n.º 157:

	Medidas de valor de mercado en la fecha de informe mediante el uso de			Entradas no observables importantes (Nivel 3)
	Precios cotizados en mercados activos para activos idénticos (Nivel 1)	Otras entradas observables importantes (Nivel 2)		
(En millones)	30 de enero de 2009			
Inversiones a corto plazo:				
Valores disponibles para la venta	\$385	\$ 81	\$304	\$ -
Valores mercadeables	31	31	-	-
Inversiones a largo plazo:				
Valores disponibles para la venta	253	-	253	-
Total de inversiones	\$669	\$112	\$557	\$ -

Cuando están disponibles, se usan los precios cotizados para determinar el valor justo. Cuando los precios cotizados en mercados activos están disponibles, las inversiones se clasifican en el Nivel 1 de la jerarquía de valor justo. Las inversiones de la empresa del Nivel 1 consisten principalmente en inversiones en fondos del mercado monetario y fondos mutuos. Cuando los precios cotizados en mercados activos no están disponibles, los valores justos se determinan mediante el uso de modelos de precios y las entradas para esos modelos de precios se basan en entradas de mercado observables en los mercados activos. Las entradas para los modelos de precios generalmente son rendimientos de referencia, transacciones informadas, cotizaciones de corredores y operadores, márgenes de venta del emisor y valores de referencia, entre otros. Las inversiones de la empresa del Nivel 2 consisten principalmente en inversiones en obligaciones municipales.

Los demás instrumentos financieros de la empresa que no se miden al valor justo de manera recurrente incluyen efectivo y equivalentes de efectivo, cuentas por cobrar, préstamos a corto plazo, cuentas por pagar, pasivos acumulados y deuda a largo plazo, los que se reflejan en los estados financieros al costo. Salvo por la deuda a largo plazo, el costo se aproxima al valor justo de estas partidas debido a su naturaleza de corto plazo. Los valores justos estimados para la deuda a largo plazo se han determinado utilizando la información disponible de mercado. Para las emisiones de deuda que no coticen en bolsa, las tasas de interés que actualmente están a disposición de la empresa para la emisión de deuda con términos similares y vencimientos en vigencia se utilizan para calcular el valor justo.

Los valores contables y el valor justo estimado relacionado de la deuda a largo plazo de la empresa, excluidos los arrendamientos de capital y otros, es el siguiente:

	30 de enero de 2009		1 de febrero de 2008	
	Monto contable	Valor justo	Monto contable	Valor justo
(En millones)				
Pasivos:				
Deuda a largo plazo				
(excluidos los arrendamientos de capital y otros)	\$4,726	\$4,653	\$5,245	\$5,406

NOTA 3 INVERSIONES

Los costos amortizados, las pérdidas y ganancias retenidas no realizadas brutas y los valores justos de valores de inversión de la empresa clasificados como disponibles para la venta el 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008 son los siguientes:

Tipo (En millones)	30 de enero de 2009			
	Costo amortizado	Ganancias brutas no realizadas	Pérdidas brutas no realizadas	Valor justo
Obligaciones municipales	\$301	\$3	\$ -	\$304
Fondos del mercado monetario	79	-	-	79
Certificados de depósito	2	-	-	2
Clasificados como a corto plazo	382	3	-	385
Obligaciones municipales	248	5	-	253
Clasificados como a largo plazo	248	5	-	253
Total	\$630	\$8	\$ -	\$638

Tipo (En millones)	1 de febrero de 2008			
	Costo amortizado	Ganancias brutas no realizadas	Pérdidas brutas no realizadas	Valor justo
Obligaciones municipales	\$117	\$1	\$ -	\$118
Fondos del mercado monetario	128	-	-	128
Certificados de depósito	3	-	-	3
Clasificados como a corto plazo	248	1	-	249
Obligaciones municipales	462	5	-	467
Fondos mutuos	42	1	(1)	42
Clasificados como a largo plazo	504	6	(1)	509
Total	\$752	\$7	\$(1)	\$758

Los productos de las ventas de valores disponibles para la venta fueron de \$1 mil millones, \$1.2 mil millones y \$412 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. Las ganancias y pérdidas realizadas brutas sobre la venta de los valores disponibles para la venta no fueron significativas en ninguno de los períodos presentados. Las obligaciones municipales clasificadas como a largo plazo el 30 de enero de 2009, vencerán en uno a 32 años, según las fechas de vencimientos establecidas.

La empresa adoptó la SFAS n.º 159, "The Fair Value Option for Financial Assets and Financial Liabilities" (La opción de valor justo para activos financieros y pasivos financieros), que incluye una enmienda de la Declaración de la FASB n.º 115, con vigencia desde el 2 de febrero de 2008. La SFAS n.º 159 le proporciona a las entidades una opción para medir muchos instrumentos financieros y algunos otros elementos en valor justo, incluidos valores disponibles para la venta explicados previamente bajo la SFAS n.º 115, "Accounting for Certain Investments in Debt and Equity Securities" (Consideraciones de ciertas inversiones en deuda y valores de capital). Según la SFAS n.º 159, las ganancias y pérdidas no realizadas sobre partidas para las cuales la opción de valor justo ha sido elegida se informarán en ganancias en cada período de informes subsiguiente. Al adoptar la SFAS n.º 159, la empresa eligió la opción de valor justo para algunas inversiones preexistentes, que tenían un valor contable de \$42 millones y

estaban incluidas en las inversiones a largo plazo en el estado de situación consolidado el 2 de febrero de 2008. Estas inversiones ahora se informan como valores a la venta según la SFAS n.º 115. Los valores a la venta se incluyen en las inversiones a corto plazo y fueron \$31 millones el 30 de enero de 2009. Para el año que finalizó el 30 de enero de 2009, las pérdidas no realizadas de esos valores a la venta totalizaron \$14 millones y se incluyeron en los gastos de ventas, generales y administrativos. Los flujos de efectivo de compras, ventas y vencimientos de valores a la venta se siguen incluyendo en los flujos de efectivo producto de las actividades de inversión en los estados consolidados de flujos de efectivo debido a que la naturaleza y el propósito por los que se adquirieron los valores no cambiaron como consecuencia de la elección de la SFAS n.º 159. La adopción de la SFAS n.º 159 no tuvo un efecto sustancial sobre los estados financieros consolidados de la empresa.

Las inversiones a largo y corto plazo incluyen saldos restringidos pignorados como colaterales para cartas de crédito para el programa de garantía extendida de la empresa y para una parte del seguro para accidentes de la empresa y pasivos del programa de ventas e instalaciones. Los saldos restringidos incluidos en inversiones a corto plazo fueron de \$214 millones el 30 de enero de 2009 y de \$167 millones el 1 de febrero de 2008. Los saldos restringidos incluidos en inversiones a largo plazo fueron de \$143 millones el 30 de enero de 2009 y de \$172 millones el 1 de febrero de 2008.

NOTA 4 PROPIEDAD Y DEPRECIACIÓN ACUMULADA

La propiedad se resume según las categorías más importantes en la siguiente tabla:

(En millones)	Vidas depreciables estimadas, en años	30 de enero de 2009	1 de febrero de 2008
Costo:			
Terreno	N/D	\$ 6,144	\$ 5,566
Construcciones	7-40	11,258	10,036
Equipo	3-15	8,797	8,118
Mejoras realizadas a la propiedad arrendada	5-40	3,576	3,063
Construcción en progreso	N/D	1,702	2,053
Costo total		31,477	28,836
Depreciación acumulada		(8,755)	(7,475)
Propiedad, menos la depreciación acumulada		\$22,722	\$21,361

En la propiedad neta se incluyen los activos bajo el arrendamiento de capital de \$521 millones, menos la depreciación acumulada de \$318 millones, el 30 de enero de 2009, y de \$ 523 millones, menos la depreciación acumulada de \$294 millones, el 1 de febrero de 2008.

NOTA 5 PRÉSTAMOS A CORTO PLAZO Y LÍNEAS DE CRÉDITO

La empresa tiene una línea de crédito principal de \$1.75 mil millones que vence en junio de 2012. La línea de crédito principal apoya los instrumentos negociables y programas de créditos renovables de la empresa. La línea de crédito principal tiene un sublímite de una carta de crédito de \$500 millones. Los montos pendientes de las cartas de crédito disminuyen el monto disponible para préstamos conforme a la línea de crédito principal. Los préstamos realizados conforme a la línea de crédito principal no poseen garantía y el precio se fija a tasas fijas sobre la base de las condiciones de mercado en el momento del financiamiento, de acuerdo con los términos de la línea de crédito principal. La línea de crédito principal contiene algunas cláusulas restrictivas, que incluyen el mantenimiento de una tasa de apalancamiento de deuda tal como se define en la línea de crédito principal. Al 30 de enero de 2009, la empresa acataba estas cláusulas. Diecinueve instituciones bancarias participan de la línea de crédito principal. Al 30 de enero de 2009, había \$789 millones pendientes de pago según el programa de papeles comerciales, y el promedio ponderado de la tasa de interés por el papel comercial pendiente de pago fue de 0.84%. Al 1 de febrero de 2008, había \$1 mil millones pendientes de pago según el programa de papeles comerciales y el promedio ponderado de la tasa de interés por el papel comercial pendiente de pago fue de 3.92%. Al 30 de enero de 2009, no había cartas de crédito pendientes de pago según la línea de crédito principal.

Además, a la empresa le emitieron cartas de crédito documentarias y contingentes a través de otros acuerdos bancarios que totalizaban \$224 millones al 30 de enero de 2009 y \$299 millones al 1 de febrero de 2008. Las comisiones de compromiso que varían entre el 0.225% y el 0.50% anual se pagan sobre los montos pendientes de pago de las cartas de crédito.

La empresa tenía una línea de crédito en dólares canadienses (C\$) con un valor de C\$200 millones que venció el 30 de marzo de 2009. Los préstamos pendientes de pago al vencimiento se repagaron con efectivo neto proporcionado por las actividades operativas. Se estableció la línea de crédito con el fin de financiar la construcción de tiendas minoristas y para el capital de trabajo y otros propósitos corporativos generales en Canadá. Los préstamos realizados no poseían garantía y el precio se fijó a tasas fijas sobre la base de las condiciones de mercado en el momento del financiamiento, de acuerdo con los términos de la línea de crédito. La línea de crédito contenía algunas cláusulas restrictivas, que incluían el mantenimiento de una tasa de apalancamiento de deuda tal como se define en la línea de crédito. Al 30 de enero de 2009, la empresa acataba estas cláusulas. Tres instituciones bancarias participaron de la línea de crédito principal. Al 30 de enero de 2009, existían C\$199 millones, o el equivalente de \$162 millones, pendientes de pago conforme a la línea de crédito, y la tasa de interés promedio ponderada de los préstamos a corto plazo fue de 2.65%. Al 1 de febrero de 2008, existían C\$60 millones o el equivalente de \$60 millones pendientes de pago conforme a la línea de crédito y la tasa de interés promedio ponderada de los préstamos a corto plazo fue de 5.75%.

La empresa también tiene una línea de crédito en dólares canadienses (C\$) con un valor de C\$50 millones que brinda apoyo al crédito renovable para las operaciones de la empresa en Canadá. Esta línea de crédito no comprometida brinda a la empresa la posibilidad de realizar préstamos sin garantía, cuyo precio se fija a tasas fijas sobre la base de las condiciones de mercado al momento del financiamiento de acuerdo con los términos de la línea de crédito. Al 30 de enero de 2009, existían C\$44 millones, o el equivalente de \$36 millones, pendientes de pago conforme a la línea de crédito, y la tasa de interés promedio ponderada de los préstamos a corto plazo fue de 1.60%. A partir del 1 de febrero de 2008, no existían préstamos pendientes conforme a la línea de crédito.

NOTA 6 DEUDAS A LARGO PLAZO

(En millones)	Año fiscal de	30 de	1 de
Categoría de deuda	Tasas de interés	vencimiento final	enero de febrero de 2009 2008
Deuda asegurada:¹			
Pagarés hipotecarios	7.00% a 8.25%	2018	\$ 27 \$ 33
Deuda no asegurada:			
Obligaciones financieras	6.50% a 6.88%	2029	694 694
Pagarés	8.25%	2010	500 499
Pagarés a medio plazo:			
serie A	8.19% a 8.20%	2023	15 20
Pagarés a medio plazo:			
serie B ²	7.11% a 7.61%	2037	217 217
Pagarés prioritarios	5.00% a 6.65%	2037	3,273 3,271
Pagarés convertibles			- 511
Arrendamientos de capital y otros		2030	347 371
Total de deuda a largo plazo			5,073 5,616
Menos vencimientos actuales			34 40
Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales			\$5,039 \$5,576

¹ Propiedades actuales con un valor contable agregado de \$35 millones pignorado como garantía el 30 de enero de 2009, para deudas aseguradas.

² Aproximadamente el 46% de estos pagarés a medio plazo pueden ponerse como opción para el titular en el vigésimo Aniversario de la emisión a valor nominal. Los pagarés a medio plazo se emitieron en 1997. Ninguno de estos pagarés pueden, actualmente, ponerse como opción.

Los vencimientos de las deudas, excepto los descuentos a las emisiones originales sin amortizar, arrendamientos de capital y otros, para los próximos cinco años y de allí en adelante son: 2009, \$1 millón; 2010, \$519 millones; 2011, \$1 millón; 2012, \$551 millones; 2013, \$1 millón; en lo sucesivo, \$3.7 mil millones.

Las obligaciones financieras, pagarés, pagarés a medio plazo, pagarés prioritarios y pagarés prioritarios de la empresa contienen ciertas cláusulas restrictivas. La empresa cumplía con todas las cláusulas de estos convenios al 30 de enero de 2009.

Pagarés prioritarios

En septiembre de 2007, la empresa emitió \$1.3 mil millones de pagarés prioritarios sin garantía comprendidos de tres tramos: \$550 millones del 5.60% de pagarés prioritarios que vencen en septiembre de 2012, \$250 millones del 6.10% pagarés prioritarios que vencen en septiembre de 2017 y \$500 millones del 6.65% de pagarés prioritarios que vencen en septiembre de 2037. El 5.60%, 6.10% y 6.65% de los pagarés prioritarios se emitieron con descuentos de aproximadamente \$2.7 millones, \$1.3 millones y \$6.3 millones, respectivamente. El interés sobre los pagarés prioritarios se paga con moras semestrales en marzo y septiembre de cada año hasta sus vencimientos, a partir de marzo de 2008. El descuento asociado con la emisión está incluido en la deuda a largo plazo y se amortiza sobre los términos respectivos de los pagarés prioritarios. El producto neto de aproximadamente \$1.3 mil millones se utilizó para propósitos corporativos generales, incluidos gastos de capital y necesidades de capital de explotación, y para recompras de las acciones ordinarias de la empresa.

En octubre de 2006, la empresa emitió \$1 mil millones de pagarés prioritarios sin garantía, comprendidos de dos tramos: \$550 millones del 5.40% de pagarés prioritarios que vencen en octubre de 2016 y \$450 millones del 5.80% de pagarés prioritarios que vencen en octubre de 2036. El 5.40% de pagarés prioritarios y el 5.80% de pagarés prioritarios se emitieron con un descuento de aproximadamente \$4.4 millones. El interés sobre los pagarés prioritarios se paga con moras semestrales, en abril y octubre de cada año hasta sus vencimientos, a partir de abril de 2007. El descuento asociado con la emisión está incluido en la deuda a largo plazo y se amortiza sobre los términos respectivos de los pagarés prioritarios. Los productos netos de aproximadamente \$991 millones se utilizaron para propósitos corporativos generales, incluidos gastos de capital y necesidades de capital de explotación, y para recompras de las acciones ordinarias de la empresa.

Los pagarés prioritarios emitidos en 2007 y 2006 pueden ser canjeados por la empresa en cualquier momento, en su totalidad o en parte, a un precio de canje más intereses acumulados a la fecha de canje. El precio de canje es igual al monto mayor de (1) el 100% del monto principal de los pagarés prioritarios que van a ser canjeados, o (2) la suma de los valores actuales de los pagos programados restantes del capital e intereses sobre éste, con el descuento hasta la fecha de canje, sobre una base semestral, a tasas específicas. El instrumento formal mediante el cual los pagarés prioritarios de 2007 fueron emitidos también contiene una cláusula que permite a los titulares de los pagarés solicitar a la empresa la recompra de todos o alguna parte de sus pagarés si ocurre un cambio en el control sobre el desencadenamiento de eventos. Si se elige bajo las cláusulas sobre cambio en el control, la recompra de los pagarés ocurrirá a un precio de compra del 101% del monto principal, más los intereses acumulados y no pagados, si es que existe alguno, sobre dichos pagarés hasta la fecha de la compra. El instrumento formal que regula los pagarés prioritarios no limita el monto principal agregado de los valores de deuda que la empresa pueda emitir, y tampoco es obligatorio que la empresa mantenga las proporciones financieras o los niveles específicos del valor neto o liquidez. Sin embargo, el instrumento formal contiene varias cláusulas restrictivas, ninguna de las cuales se espera que afecte a la liquidez o los recursos de capital de la empresa.

Una vez emitidas cada una de las series de los pagarés prioritarios descritos previamente, la empresa evaluó las características de opción incluidas en los pagarés y concluyó que éstas no exigen una bifurcación de los contratos principales y una contabilidad por separado como instrumentos derivados.

Pagarés convertibles

El 30 de junio de 2008, la empresa canjeó por efectivo aproximadamente \$19 millones del monto de capital, \$14 millones del monto contable, de sus pagarés convertibles emitidos en febrero de 2001, que representaban todos los pagarés restantes pendientes de dicha emisión, a un precio equivalente a la suma del precio de emisión más el descuento acumulado por la emisión original de dichos pagarés en la fecha de canje (\$730.71 por pagaré). Durante 2008, los titulares de una cantidad poco importante de pagarés ejerció su derecho a convertir su pagarés en acciones ordinarias de la empresa a una tasa de 32.896 acciones por pagaré. Durante 2007, los titulares de un monto de capital de \$18 millones, un monto contable de \$13 millones, de los pagarés emitidos en febrero de 2001 ejercieron su derecho a convertir los pagarés en aproximadamente 0.6 millones de acciones comunes de la empresa a una tasa de 32.896 acciones por pagaré.

El 25 de junio de 2008, la empresa realizó una recompra única en el mercado abierto de aproximadamente un monto de capital de \$187 millones, un monto contable de \$164 millones, de sus pagarés prioritarios convertibles emitidos en octubre de 2001 a un precio de \$875.73 por pagaré. Posteriormente la empresa canjeó por efectivo el 30 de junio de 2008, aproximadamente \$392 millones del monto principal, \$343 millones del monto contable, de sus pagarés prioritarios convertibles emitidos en octubre de 2001, que representa-

ban todos los pagarés restantes pendientes de dicha emisión, a un precio equivalente a la suma del precio de emisión más el descuento acumulado por la emisión original de dichos pagarés en la fecha de canje (\$875.73 por pagaré). Durante 2008 y 2007, los titulares de una cantidad poco importante de pagarés ejerció su derecho convertir sus pagarés en acciones ordinarias de la empresa a una tasa de 34.424 acciones por pagaré.

Cuando se canjearon estos pagarés convertibles, la empresa reconoció en gastos de ventas, generales y administrativos una pérdida de aproximadamente \$8 millones relacionada con los costos de emisión de deuda sin amortizar y los descuentos de suscripción.

NOTA 7 CAPITAL DE LOS ACCIONISTAS

Las acciones comunes autorizadas equivalieron a 5.6 mil millones (valor nominal \$.50) al 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008.

La empresa tiene 5.0 millones (valor nominal \$5) de acciones preferidas autorizadas, ninguna de las cuales se ha emitido. La Junta Directiva puede emitir la acción preferida (sin intervención de los accionistas) en una o más series, al contar con derecho a voto, preferencias de liquidación y dividendos, y dichos derechos de conversión y otros según pueden ser designados por dicha junta en el momento de la emisión.

La empresa tiene un programa de recompra de acciones que se implementa a través de las compras realizadas ocasionalmente en el mercado abierto o mediante transacciones privadas. Las acciones compradas según el programa de recompra de acciones se retiran y vuelven al estado de autorizadas y no emitidas. A partir del 3 de febrero de 2006-6, la autorización total restante según el programa de recompra de acciones fue de \$1.2 mil millones. En agosto de 2006 y mayo de 2007, la Junta Directiva autorizó hasta \$2 mil millones y \$3 mil millones adicionales en recompra de acciones hasta 2008 y 2009, respectivamente. Durante 2006, la empresa volvió a comprar 56.8 millones de acciones a un costo total de \$1.7 mil millones (de los cuales \$160 millones se registraron como una reducción en los resultados acumulados, después de agotar el excedente de capital sobre el valor nominal). Durante 2007, 76.4 millones de acciones a un costo total de \$2.3 mil millones (de los cuales \$1.9 mil millones se registraron como una reducción en los resultados acumulados después de agotar el excedente de capital sobre el valor nominal). No se volvieron a comprar acciones comunes según el programa de recompra de acciones durante 2008. Al 30 de enero de 2009, la empresa tenía autorización restante para el año fiscal 2009 según el programa de recompra de \$2.2 mil millones.

NOTA 8 CONTABILIDAD PARA EL PAGO BASADO EN ACCIONES

Vigente desde el 4 de febrero de 2006, la empresa adoptó las cláusulas de reconocimiento del valor justo del Pronunciamiento de normas de contabilidad financiera (SFAS, por sus siglas en inglés) n.º 123(R), "Share-Based Payment" (Pago basado en acciones), utilizando el método modificado de transición prospectiva. Antes de esto, la empresa aplicaba las cláusulas de reconocimiento del valor justo de la SFAS n.º 123, "Accounting for Stock-Based Compensation" (Contabilidad para la compensación basada en acciones). Para todos los otorgamientos, el monto de gastos relacionados con el pago basado en acciones reconocido se ha ajustado en función de las revocaciones estimadas de las adjudicaciones para las cuales no se espera la prestación del servicio requerido. Las tasas estimadas de revocación se establecieron en función del análisis de la empresa de los datos históricos sobre revocación de grupos de empleados homogéneos.

La empresa reconoció los gastos relacionados con el pago basado en acciones respecto de los gastos de ventas, generales y administrativos en los estados consolidados de ganancias que alcanzan un total de \$95 millones, \$99 millones y \$62 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. El beneficio total de impuestos sobre la renta reconocido fue de \$31 millones, \$32 millones y \$18 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Los gastos relacionados con el pago basado en acciones totales no reconocidos para todos los planes de pago basado en acciones fue de \$95 millones el 30 de enero de 2009, de los cuales \$56 millones se reconocerán en 2009, \$32 millones en 2010 y \$7 millones en lo sucesivo. Esto da como resultado que estos montos se reconozcan durante un período promedio ponderado de 1.8 años.

Descripción general de los planes de pago basado en acciones

La empresa tiene (a) cuatro planes de incentivos de capital, conocidos como los Planes de incentivos "2006," "2001," "1997" y "1994", (b) un plan basado en acciones para directivos que no sean empleados, conocido como el Plan de unidades accionarias de dividendo diferido y opción de compra de acciones para

directivos (el Plan para directivos) y (c) un Plan de compra de acciones para los empleados (ESPP) que permite comprar acciones de la empresa mediante las deducciones de nómina. Estos planes contienen una cláusula antidilución no discrecional concebida para igualar el valor de una adjudicación como consecuencia de una reestructuración del capital. Las adjudicaciones basadas en acciones en la forma de opción de compra de acciones no calificada u opción de compra de acciones como incentivo, acciones no ofrecidas por oferta pública concedidas de manera anticipada según el desempeño (PARS), acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño, unidades accionarias de dividendo diferido y acciones no ofrecidas por oferta pública que representan acciones sin derecho de posesión, pueden otorgarse a empleados clave dentro del plan 2006. No puede otorgarse ninguna adjudicación nueva dentro de los planes 2001, 1997 y 1994 y los planes para directivos.

Según el Plan para directivos, a cada directivo que no sea empleado se le otorgó una cantidad de unidades accionarias de dividendo diferido determinada al dividir el monto de adjudicación anual por el valor justo del mercado de una acción común de la empresa en la fecha de la adjudicación y al redondearla a las 100 unidades más cercanas. El monto de adjudicación anual utilizado para determinar la cantidad de unidades accionarias de dividendo diferido otorgadas a cada directivo fue de \$115,000 en 2008, 2007 y 2006.

Las adjudicaciones basadas en acciones, una cantidad de hasta 169 millones de acciones comunes, se autorizaron para otorgarse a empleados clave y directivos que no sean empleados. La opción de compra de acciones se autorizó en una cantidad de hasta 129.2 millones de acciones, mientras que las PARS, las acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño, las unidades accionarias de dividendo diferido y acciones no ofrecidas por oferta pública se autorizaron en una cantidad de hasta 39.8 millones de acciones comunes. Hasta 45 millones de acciones se autorizaron según el ESPP.

El 30 de enero de 2009, había 38.9 millones de acciones restantes disponibles para otorgarse según el Plan 2006 y 18.9 millones de acciones disponibles según el ESPP.

Los términos generales y métodos de evaluación de las adjudicaciones basadas en acciones de la empresa son los siguientes:

Opciones de compra de acciones

Generalmente, las opciones de compra de acciones tienen un plazo de vigencia de siete años, normalmente se otorgan derechos de posesión anuales por tres años a un tercio de cada adjudicación, y se les asigna un precio de ejercicio equivalente a la cotización de cierre del mercado de una acción común de la empresa en la fecha de la adjudicación. Estas opciones de compra se reflejan como gastos en función del método lineal durante el período de otorgamiento de los derechos de posesión, el cual se considera el período de servicio requerido.

El valor justo de cada otorgamiento de opción de compra se estima en la fecha de otorgamiento mediante el modelo de determinación del precio de la opción de compra de Black-Scholes. Al determinar la volatilidad esperada, la empresa tiene en cuenta el desempeño histórico de sus acciones así como también la volatilidad implícita. La tasa de interés libre de riesgo se basa en la curva de rendimiento del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos que está vigente en el momento del otorgamiento, en función del plazo de vigencia esperado de las opciones de compra. El plazo de vigencia esperado de las opciones de compra se basa en la evaluación de parte de la empresa de los patrones de ejercicio de los titulares de las opciones de compra y representa el período durante el cual se espera que no se ejerzan las opciones de compra. La empresa utiliza datos históricos para calcular la fecha y la cantidad de revocaciones. Las suposiciones utilizadas en el modelo de determinación del precio de la opción de compra de Black-Scholes para las opciones otorgadas en los tres años que finalizaron el 30 de enero de 2009, el 1 de febrero de 2008 y el 2 de febrero de 2007 fueron las siguientes:

	2008	2007	2006
Suposiciones utilizadas:			
Volatilidad esperada	25.0% - 32.2%	22.6% - 23.7%	22.3% - 29.4%
Volatilidad esperada promedio ponderada	25.1%	23.7%	26.8%
Rendimiento esperado de una acción	0.56% - 0.74%	0.37% - 0.49%	0.27% - 0.31%
Rendimiento de una acción promedio ponderado	0.56%	0.37%	0.28%
Tasa de interés libre de riesgo	2.19% - 3.09%	3.91% - 4.57%	4.54% - 4.97%
Tasa de interés libre de riesgo promedio ponderada	2.19%	4.52%	4.69%
Plazo de vigencia esperado, en años	4	4	3 - 4
Plazo de vigencia esperado promedio ponderado, en años	4	4	3.57

El valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento de las opciones de compra otorgadas fue de \$5.25, \$8.18 y \$8.86 en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. El valor total intrínseco de las opciones de compra sobre las que se ejerció, que representa la diferencia entre el precio de ejercicio y el precio de mercado en la fecha de ejercicio, era de aproximadamente \$17 millones, \$42 millones y \$80 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Las transacciones relacionadas con las opciones de compra de acciones emitidas según los planes 2006, 2001, 1997, 1994 y para directivos del año que finalizó el 30 de enero de 2009 se resumen de la siguiente manera:

	Acciones (En miles)	Precio de ejercicio por acción por promedio ponderado	Plazo de vigencia restante promedio ponderado (En años)	Valor intrínseco total (En miles) ¹
En circulación el				
1 de febrero de 2008	27,567	\$26.65		
Otorgada	3,109	23.94		
Cancelada, revocada o vencida	(849)	28.82		
Ejercida	(4,666)	21.15		
En circulación el				
30 de enero de 2009	25,161	27.26	2.94	\$50
Con derecho de posesión y a la espera de que se le otorgue derechos de posesión al				
30 de enero de 2009 ²	25,093	27.27	2.93	50
Que puede ejercerse al				
30 de enero de 2009	19,136	\$26.90	2.19	\$50

¹ Opciones de compra para las cuales el precio de ejercicio superó la cotización de cierre del mercado de una acción ordinaria de la empresa al 30 de enero de 2008 se excluyen del cálculo del valor intrínseco total.

² Incluye las opciones de compra con derecho de posesión en circulación, así como también las opciones de compra sin derecho de posesión en circulación luego de haberse aplicado una tasa de revocación.

Adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública concedidas de manera anticipada según el desempeño

Las PARS se valoran en el precio de mercado de una acción ordinaria de la empresa en la fecha del otorgamiento. Generalmente, a estas adjudicaciones se le otorgan derechos de posesión al finalizar el período de servicio de cinco años a partir de la fecha del otorgamiento, a menos que se hayan logrado los objetivos de aumento del desempeño, en cuyo caso, a las adjudicaciones se le otorgan derechos de posesión en un 50% al finalizar los tres años o en un 100% al finalizar los cuatro años. Los objetivos de aumento del desempeño se basan en el retorno promedio sobre los activos iniciales que no son en efectivo específico de la empresa, según se define en el acuerdo de PARS. Las PARS se reflejan como gastos en forma lineal durante el plazo de corta duración del período de servicio explícito relacionado con la condición de servicio o el período de servicio implícito

relacionado con las condiciones de desempeño, en función de la probabilidad de cumplir las condiciones. La empresa utiliza datos históricos para calcular la fecha y la cantidad de revocaciones. El valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento de las PARS otorgadas fue de \$34.10 en 2006. No se otorgaron PARS en 2008 ni 2007. El valor justo total de las PARS con derecho de posesión fue de aproximadamente \$6 millones en 2008. No se otorgaron PARS en 2007 ni 2006.

Las transacciones relacionadas con las PARS emitidas según los planes 2006 y 2001 del año que finalizó el 30 de enero de 2009 se resumen de la siguiente manera:

	Acciones (En miles)	Valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento
Sin derecho de posesión al		
1 de febrero de 2008	1,375	\$32.19
Otorgada	-	-
Con derecho de posesión	(271)	29.26
Cancelada o revocada	(14)	33.16
Sin derecho de posesión al		
30 de enero de 2009	1,090	\$32.91

Adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño

Las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño se valoran en el precio de mercado de una acción ordinaria de la empresa en la fecha del otorgamiento. Generalmente, a un 25% a 100% de las adjudicaciones se le otorgan derechos de posesión al finalizar el período de servicio de tres años a partir de la fecha del otorgamiento, en base al logro de un umbral y metas objetivo de desempeño especificados en el acuerdo de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño. El objetivo de desempeño se basa en el retorno promedio sobre los activos que no son en efectivo específico de la empresa, según se define en el acuerdo de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño. Estas adjudicaciones se reflejan como gastos en forma lineal durante el período de servicio requerido, en función de la probabilidad de lograr el objetivo de desempeño. Si el objetivo de desempeño no se cumple, no se reconoce ningún costo de compensación y se revierte cualquier costo de compensación. La empresa utiliza datos históricos para calcular la fecha y la cantidad de revocaciones. El valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento de las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública otorgadas fue de \$23.97 y \$32.18 en 2008 y 2007, respectivamente. Durante 2008, la empresa enmendó todos los acuerdos de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño, con lo que modificó el objetivo de desempeño a una escala prorrateada. No se otorgaron adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño en 2008, 2007 ni 2006.

Las transacciones relacionadas con las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño emitidas según el plan 2006 para el año que finalizó el 30 de enero de 2009 se resumen de la siguiente manera:

	Acciones (En miles)	Valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento
Sin derecho de posesión al		
1 de febrero de 2008	602	\$32.18
Otorgada	882	23.97
Cancelada o revocada	-	-
Sin derecho de posesión al		
30 de enero de 2009	1,484	\$27.30

Adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública

Las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública se valoran en el precio de mercado de una acción ordinaria de la empresa en la fecha del otorgamiento. Generalmente, a estas adjudicaciones se le otorgan derechos de posesión al finalizar el período de tres a cinco años a partir de la fecha del otorgamiento y se reflejan como gastos en función del método lineal durante ese período, el cual se considera el período de servicio requerido. La empresa utiliza datos históricos para calcular la fecha y la cantidad de revocaciones. El valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento de las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública otorgadas fue de

\$23.75, \$31.23 y \$27.34 en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. El valor justo total de las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública con derecho de posesión fue de aproximadamente \$18 millones y \$17 millones en 2008 y 2007, respectivamente. No se le otorgaron derechos de posesión a ninguna adjudicación de acciones no ofrecidas por oferta pública en 2006.

Las transacciones relacionadas con las adjudicaciones de acciones no ofrecidas por oferta pública basadas en el desempeño emitidas según los planes 2006 y 2001 para el año que finalizó el 30 de enero de 2009 se resumen de la siguiente manera:

	Acciones (En miles)	Valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento
Sin derecho de posesión al 1 de febrero de 2008	3,108	\$31.31
Otorgada	2,537	23.75
Con derecho de posesión	(751)	31.25
Cancelada o revocada	(297)	27.43
Sin derecho de posesión al 30 de enero de 2009	4,597	\$27.40

Unidades de acciones diferidas

Las unidades de acciones diferidas se valoran en el precio de mercado de una acción común de la empresa en la fecha del otorgamiento. Para los empleados clave, generalmente a estas adjudicaciones se le otorgan derechos de posesión al finalizar el período de tres a cinco años a partir de la fecha del otorgamiento y se reflejan como gastos en función del método lineal durante ese período, el cual se considera el período de servicio requerido. La empresa utiliza datos históricos para calcular la fecha y la cantidad de revocaciones. Para los directivos que no sean empleados, a estas adjudicaciones se le otorgan derechos de posesión inmediatamente y se reflejan como gastos en la fecha de otorgamiento. El valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento de las unidades de acciones diferidas fue de \$24.00, \$32.13 y \$31.02 en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. El valor justo total de las unidades de acciones diferidas con derecho de posesión fue de aproximadamente \$10 millones, \$1 millón y \$5 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. Al 30 de enero de 2009, había 640,997 unidades de acciones diferidas en circulación.

Las transacciones relacionadas con las unidades de acciones diferidas emitidas según los planes 2001 y para directivos del año que finalizó el 30 de enero de 2009 se resumen de la siguiente manera:

	Acciones (En miles)	Valor justo por acción promedio ponderado en la fecha de otorgamiento
Sin derecho de posesión al 1 de febrero de 2008	380	\$19.65
Otorgada	48	24.00
Con derecho de posesión	(428)	20.14
Sin derecho de posesión al 30 de enero de 2009	-	\$ -

ESPP

El precio de compra de las acciones según el ESPP es equivalente al 85% de la cotización de cierre en la fecha de la compra. Los gastos relacionados con el pago basado en acciones de la empresa son equivalentes al 15% de la cotización de cierre en la fecha de compra. El ESPP se considera una adjudicación clasificada como pasivo y se mide según el valor justo en cada fecha de informe y los gastos relacionados con el pago basado en acciones se reconocen durante el período de oferta de seis meses. La empresa emitió 4,024,859 acciones comunes conforme a este plan durante el año que finalizó el 30 de enero de 2009.

NOTA 9 PLANES DE JUBILACIÓN PARA EMPLEADOS

La empresa cuenta con un plan de jubilación de aporte definido para sus empleados (el plan 401(k)). Los empleados cumplen con los requisitos para ser parte del Plan 401(k) 180 días después de su fecha de servicio original. Entrando en vigencia en agosto de 2008, los empleados son inscritos automáticamente en el Plan cuando pasan a ser elegibles a una contribución del 1%, a menos que el empleado haga otra elección. Se permite a los participantes optar por una diversidad de opciones a fin de designar cómo se realizarán los aportes de los

empleados y patronos. Si un participante del Plan no designa una opción de inversión, sus aportes de los empleados y patronos se depositan en una opción de fondo de jubilación objetivo que más se ajusta a la fecha esperada de jubilación del participante. Las acciones comunes de la empresa también constituyen una de las opciones de inversión para los aportes al Plan 401(k). Los participantes eligen las acciones de la empresa que se incluirán en su nombre en el Plan 401(k). Si el participante del Plan no da instrucciones de voto, la Comisión fiduciaria de la empresa ordena la forma en que se deben votar las acciones. La empresa realiza aportes al Plan 401(k) cada período de nómina, en función de una fórmula de contrapartida aplicada a los aportes de los empleados (aporte base). En 2006, la empresa también ofrecía un aporte por desempeño a los participantes del Plan 401(k) que cumplieran con los requisitos, en función del aumento de las ganancias antes de impuestos de la empresa para el año fiscal. Desde su entrada en vigencia en mayo de 2007, la empresa aumentó el monto del aporte base a un máximo del 4.25% (anteriormente era del 2.25%) pero ya no ofrecerá un aporte por desempeño. Los participantes del plan cumplen con los requisitos para recibir el aporte base luego de que hayan finalizado los 180 días de servicio. En las cuentas de los participantes, inmediatamente se otorgan derechos de posesión de los aportes de la empresa al Plan 401(k). Una vez que los participantes alcanzan la edad de 59 1/2 años, pueden optar por retirar todo el saldo del Plan 401(k). Esta es una opción de aporte única e incluida en el servicio. Además, los participantes pueden retirar sus aportes y transferir los aportes por problemas económicos, aunque aún sigan siendo empleados activos. Además, los participantes con 20 o más años de servicio que cuenten con un saldo de cuenta de pérdida trasladable a ejercicios posteriores del Plan de participación de los empleados en las acciones dentro del Plan 401(k) pueden optar por recibir un aporte único e incluido en el servicio del 50% de este saldo de cuenta.

La empresa cuenta con un BRP (Plan de restitución de beneficios) para complementar los beneficios proporcionados según el Plan 401(k) (para instituciones con fines de lucro) a los participantes cuyos beneficios estén restringidos como consecuencia de ciertas cláusulas del Código de rentas internas de los Estados Unidos (Internal Revenue Code) de 1986. Este Plan estipula que el patrón realice los aportes en la forma de un aporte base. En 2006, también se estipula para un aporte por desempeño.

La empresa cuenta con un programa de compensación diferida no calificada llamado el Plan de postergación de compensación en efectivo de Lowe's (Lowe's Cash Deferral Plan). Este Plan se concibió para permitir que determinados empleados posterguen la recepción de parte de su compensación, y por ende demorar la aplicación de impuestos al monto postergado y a las ganancias posteriores hasta que se aporte el saldo. Este Plan no estipula los aportes de patronos.

La empresa reconoció los gastos de ventas, generales y administrativos relacionados con los planes de jubilación para empleados de \$112 millones, \$91 millones y \$42 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

NOTA 10 IMPUESTOS SOBRE LA RENTA

La siguiente es una conciliación de la tasa de impuesto efectiva con la tasa de impuesto reglamentario federal:

	2008	2007	2006
Tasa de impuesto sobre la renta reglamentario federal	35.0%	35.0%	35.0%
Impuestos sobre la renta estatales, neto de beneficio de impuesto federal	2.9	3.0	3.3
Otros, neto	(0.5)	(0.3)	(0.4)
Tasa de impuesto efectiva	37.4%	37.7%	37.9%

Los componentes de la provisión para impuesto sobre la renta son los siguientes:

(En millones)	2008	2007	2006
Actual:			
Federal	\$1,070	\$1,495	\$1,657
Estatad	166	207	242
Total actual	1,236	1,702	1,899
Diferido:			
Federal	82	(1)	(11)
Estatad	(7)	1	5
Total diferido	75	-	(6)
Total según la provisión para impuesto sobre la renta	\$1,311	\$1,702	\$1,893

El efecto impositivo de diferencias acumulativas temporales que dio origen a los pasivos y activos por impuesto diferido es el siguiente:

(En millones)	30 de enero 2009	1 de febrero de 2008
Activos por impuesto diferido:		
Autoseguro	\$ 221	\$ 189
Gastos relacionados con el pago basado en acciones	95	81
Otros, neto	223	205
Total de activos por impuesto diferido	\$ 539	\$ 475
Contracuenta	(42)	(22)
Activos por impuesto diferido netos	\$ 497	\$ 453
Pasivos por impuesto diferido:		
Propiedad	\$(977)	\$(834)
Otros, neto	(14)	(42)
Total de pasivos por impuesto diferido	\$(991)	\$(876)
Obligación por impuesto diferido neto	\$(494)	\$(423)

La empresa opera como sucursal en varias jurisdicciones en el extranjero y ha incurrido acumulativamente en pérdidas operativas netas de \$130 millones y \$63 millones al 30 de enero de 2009 y al 1 de febrero de 2008, respectivamente. Las pérdidas operativas netas están sujetas a vencimiento en 2017 a 2028. Activos por impuesto diferido para estas pérdidas operativas netas en el estado de situación consolidado adjunto. Dada la incertidumbre relacionada con la realización de los activos por impuesto diferido neto del extranjero, la empresa registró las contracuentas de \$42 millones y \$22 millones al 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, respectivamente.

La empresa adoptó la norma contable FASB Interpretation n.º 48 del Consejo de normas de contabilidad financiera, "Accounting for Uncertainty in Income Taxes" (Contabilidad de la incertidumbre en el impuesto sobre la renta), una interpretación de la Declaración de FASB n.º 109" vigente el 3 de febrero de 2007. El efecto acumulativo de aplicar esta interpretación se registró como una disminución de \$8 millones en los resultados acumulados, una disminución de \$158 millones en la obligación por impuesto diferido neto, un incremento de \$146 millones en la reserva por los beneficios contributivos no reconocidos, un incremento de \$13 millones en los intereses devengados y un incremento de \$7 millones en las sanciones acumuladas.

La siguiente es una conciliación de los saldos iniciales y finales de los beneficios contributivos no reconocidos:

(En millones)	2008	2007
Beneficios impositivos no reconocidos, al comienzo del año	\$138	\$186
Adiciones para las situaciones fiscales de años anteriores	82	11
Reducciones para las situaciones fiscales de años anteriores	(16)	(81)
Adiciones basadas en situaciones fiscales relacionadas con el año actual	16	23
Liquidaciones	(19)	(1)
Reducciones debido a la caducidad de la ley de prescripción procedente	(1)	—
Beneficios contributivos no reconocidos, al final del año	\$200	\$138

Los montos de beneficios contributivos no reconocidos que, si fueran reconocidos, tendrían un efecto favorable en la tasa de impuesto efectiva fueron de \$40 millones y \$46 millones a partir del 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008, respectivamente.

La empresa incluye los intereses relacionados con cuestiones impositivas como parte de los intereses netos en los estados financieros consolidados. La empresa registra cualquier sanción aplicable relacionada con cuestiones impositivas dentro de la provisión para impuesto sobre la renta. Para el año que finalizó el 30 de enero de 2009, la empresa reconoció \$10 millones de gastos de interés y una reducción de \$3 millones en las sanciones relacionadas con situaciones fiscales inciertas en el estado consolidado de ganancias. Al 30 de enero de 2009, la empresa tenía \$30 millones de intereses acumulados y \$9 millones de sanciones acumuladas. Para el año que finalizó el 1 de febrero de 2008, la empresa reconoció \$3 millones de gastos de interés y \$5 millones de sanciones relacionadas con situaciones fiscales inciertas en el estado consolidado de ganancias. Al 1 de febrero de 2008, la empresa tenía \$24 millones de intereses acumulados y \$12 millones de sanciones acumuladas.

La empresa no espera que ningún cambio en los beneficios contributivos no reconocidos durante los próximos 12 meses tenga un impacto significativo

en los resultados de las operaciones, la situación financiera ni en los flujos de efectivo de la empresa.

La empresa está sujeta a inspección en la jurisdicción fiscal federal estadounidense para el año fiscal 2004 en adelante. La empresa está sujeta a inspección en las jurisdicciones fiscales estatales más importantes para el fiscal 2002 en adelante. La empresa cree que se han establecido las disposiciones correspondientes respecto de todas cuestiones pendientes para todas las jurisdicciones y todos los ejercicios abiertos.

NOTA 11 GANANCIAS POR ACCIÓN

Las Ganancias por acción (EPS) básicas excluyen la dilución y se computan al dividir las ganancias netas correspondientes por la cantidad promedio ponderada de acciones comunes en circulación durante el período. Las ganancias diluidas por acción se calculan en función de las acciones comunes promedio ponderadas a partir de la fecha del estado de situación, según se hayan ajustado respecto del posible efecto diluyente de las adjudicaciones basadas en acciones y los pagarés convertibles. La siguiente tabla concilia las ganancias por acción de 2008, 2007 y 2006:

(En millones, excepto los datos de las acciones)	2008	2007	2006
Ganancias por acción básicas:			
Ganancias netas	\$2,195	\$2,809	\$3,105
Acciones promedio ponderadas en circulación	1,457	1,481	1,535
Ganancias por acción básicas	\$ 1.51	\$ 1.90	\$ 2.02
Ganancias diluidas por acción:			
Ganancias netas	\$2,195	\$2,809	\$3,105
Ajuste de ganancias netas por intereses sobre pagarés convertibles, neto de impuestos	2	4	4
Ganancias netas, según se hayan ajustado	\$2,197	\$2,813	\$3,109
Acciones promedio ponderadas en circulación	1,457	1,481	1,535
Efecto diluyente de las adjudicaciones basadas en acciones	7	8	9
Efecto diluyente de los pagarés convertibles	8	21	22
Acciones promedio ponderadas, según se hayan ajustado	1,472	1,510	1,566
Ganancias diluidas por acción	\$ 1.49	\$ 1.86	\$ 1.99

Las opciones para comprar 19.1 millones, 7.8 millones y 6.8 millones de acciones ordinarias en 2008, 2007 y 2006, respectivamente, se excluyeron del cómputo de ganancias diluidas por acción porque el efecto hubiese sido antidiluyente.

NOTA 12 ARRENDAMIENTOS

La empresa arrienda instalaciones para tiendas y terrenos destinados a determinadas instalaciones para tiendas mediante acuerdos con plazos de vigencia iniciales generalmente de 20 años. Para los acuerdos de arrendamiento que estipulan el aumento de los pagos del alquiler o períodos de ocupación sin pago de alquiler, la empresa reconoce los gastos de alquiler en función del método lineal durante el plazo de vigencia del arrendamiento no cancelable y cualquier período de renovación de la opción en el que no haber ejercido dicha opción derivaría en una sanción económica de tal monto que la renovación parece, desde el inicio del arrendamiento, estar garantizada de manera razonable. El plazo de vigencia del arrendamiento comienza en la fecha en que la empresa toma posesión o controla el uso físico de la propiedad. Generalmente, los arrendamientos contienen cláusulas para cuatro a seis opciones de renovación de cinco años cada una.

Algunos acuerdos de arrendamiento también estipulan los alquileres contingentes en función del excedente de rendimiento de ventas sobre los mínimos específicos. Los alquileres contingentes no fueron significativos para ninguno de los períodos presentados.

La empresa subarrienda ciertas propiedades que ya no se utilizan para las operaciones. Las ganancias por subarrendamiento no fueron significativas para ninguno de los períodos presentados.

La empresa también arrienda ciertos equipos mediante acuerdos por plazos de tres a cinco años. Generalmente, estos acuerdos contienen opciones de renovación que estipulan una renegociación del arrendamiento, a criterio de la empresa, en función del valor justo del mercado en ese momento.

Los pagos de alquiler mínimos futuros requeridos según los arrendamientos de capital y operativos con plazos de vigencia del arrendamiento no cancelable iniciales o restantes en exceso de un año se resumen de la siguiente manera:

(En millones) Año fiscal	Arrendamientos operativos		Arrendamientos de capital		Total
	Bienes raíces	Equipo	Bienes raíces	Equipo	
2009	\$ 389	\$ –	\$ 62	\$ 1	\$ 452
2010	389	–	61	–	450
2011	388	–	61	–	449
2012	384	–	61	–	445
2013	379	–	60	–	439
Años posteriores	4,256	–	237	–	4,493
Total de pagos de arrendamiento mínimos	\$6,185	\$ –	\$542	\$ 1	\$6,728
Total de pagos de arrendamiento de capital mínimos			\$543		
Menos monto que representa los intereses			197		
Valor actual de los pagos de arrendamiento mínimos			346		
Menos vencimientos actuales			32		
Valor actual de los pagos de arrendamiento mínimos, menos vencimientos actuales			\$314		

Los gastos de alquiler según los arrendamientos operativos para bienes raíces y equipo fueron de \$399 millones, \$369 millones y \$318 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente y se reconocieron en los gastos de ventas, generales y administrativos.

NOTA 13 COMPROMISOS Y CONTINGENCIAS

La empresa constituirá el demandado en procedimientos judiciales por cuestiones acaecidas en el transcurso normal de las operaciones comerciales, ninguno de los cuales, individual o colectivamente, se cree plantee riesgos de tener un impacto sustancial en los estados financieros de la empresa. Al evaluar las obligaciones relacionadas con sus varios procedimientos judiciales, la empresa ha acumulado probables obligaciones relacionadas con estas cuestiones. Los montos acumulados no fueron sustanciales en los estados financieros consolidados de la empresa en ninguno de los años presentados.

A partir del 30 de enero de 2009, la empresa tuvo compromisos no cancelables relacionados con las compras de inventario de mercancías, propiedad y construcción de edificios, así como también compromisos relacionados con determinados programas de tecnología de la información y mercadotecnia de \$1 mil millones. Los pagos según estos compromisos están programados para realizarse de la siguiente manera: 2009, \$620 millones; 2010, \$295 millones; 2011, \$50 millones; 2012, \$11 millones; 2013, \$5 millones; en lo sucesivo, \$14 millones.

NOTA 14 PARTES RELACIONADAS

El cuñado del Vicepresidente Ejecutivo de Desarrollo de Negocios de la empresa es un director senior de un proveedor que proporciona instalación de ventanas y puertas y otros productos de construcción a la empresa. En 2008, la empresa compró productos por un monto de \$92 millones a este proveedor, mientras que en 2007 y 2006 compró productos por un monto de \$101 millones al mismo proveedor. Los montos por pagar a este proveedor no fueron significativos al 30 de enero de 2009 y el 1 de febrero de 2008.

NOTA 15 INFORMACIÓN ADICIONAL

El gasto de interés neto está distribuido de la siguiente manera:

(En millones)	2008	2007	2006
Deuda a largo plazo	\$292	\$247	\$183
Préstamos a corto plazo	11	8	1
Arrendamientos capitalizados	31	32	34
Intereses devengados	(40)	(45)	(52)
Interés capitalizado	(36)	(65)	(32)
Otros	22	17	20
Interés: neto	\$280	\$194	\$154

Divulgaciones complementarias de información sobre el flujo de efectivo:

(En millones)	2008	2007	2006
Efectivo pagado por intereses, neto de monto capitalizado	\$ 309	\$ 198	\$ 179
Efectivo pagado por impuestos sobre la renta	\$1,138	\$1,725	\$2,031
Actividades de financiamiento e inversión que no sea en efectivo:			
Compra de propiedades que no sea en efectivo, incluidos los activos adquiridos según arrendamiento de capital	\$ 124	\$ 99	\$ 159
Conversiones de deuda a largo plazo en capital	\$ 1	\$ 13	\$ 82

Ventas por categoría de producto:

Categoría de producto	2008		2007		2006	
	Ventas totales	%	Ventas totales	%	Ventas totales	%
Electrodomésticos	\$ 4,405	9%	\$ 4,324	9%	\$ 4,139	9%
Madera	3,595	8	3,638	8	3,672	8
Pinturas	3,387	7	3,256	7	3,077	7
Pisos	3,323	7	3,292	7	3,229	7
Materiales de construcción	2,971	6	2,749	6	2,880	6
Instalación de ventanas y puertas	2,965	6	3,238	7	3,262	7
Productos para césped y paisajismo	2,581	5	2,446	5	2,263	5
Plomería de estilo	2,572	5	2,762	6	2,635	6
Ferretería	2,514	5	2,434	5	2,283	5
Iluminación	2,508	5	2,705	6	2,574	5
Herramientas	2,492	5	2,598	5	2,555	5
Ambientes de temporada	2,136	5	2,107	4	2,072	4
Plomería de base	1,983	4	1,867	4	1,663	4
Equipo eléctrico para exteriores	1,963	4	1,838	4	1,805	4
Gabinetes y cubiertas prefabricadas	1,934	4	2,180	4	2,162	5
Vivero	1,808	4	1,687	3	1,569	3
Instalación eléctrica de base	1,446	3	1,490	3	1,486	3
Ambiente del hogar	1,235	3	1,218	2	1,200	3
Organización del hogar	1,062	2	1,075	2	1,063	2
Ventanas y paredes	1,054	2	1,090	2	1,103	2
Otros	296	1	289	1	235	–
Totales	\$48,230	100%	\$48,283	100%	\$46,927	100%

DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (sin auditoría)**Tiendas Lowe's por estado y provincia**

Al 30 de enero de 2009

Alabama	38	Idaho	8	Minnesota	12	Dakota del Norte	3	Vermont	1
Alaska	5	Illinois	40	Mississippi	22	Ohio	82	Virginia	66
Arizona	31	Indiana	44	Missouri	44	Oklahoma	29	Washington	37
Arkansas	20	Iowa	11	Montana	5	Oregón	12	Virginia del Oeste	18
California	102	Kansas	11	Nebraska	5	Pensilvania	72	Wisconsin	10
Colorado	25	Kentucky	42	Nevada	16	Rhode Island	5	Wyoming	1
Connecticut	13	Louisiana	29	Nueva Hampshire	13	Carolina del Sur	44	Total de tiendas	
Delaware	10	Maine	11	Nueva Jersey	37	Dakota del Sur	3	en EE. UU.	1,638
Florida	113	Maryland	28	Nuevo México	11	Tennessee	56	Ontario	11
Georgia	64	Massachusetts	24	Nueva York	57	Texas	133	Total de tiendas	1,649
Hawái	3	Michigan	48	Carolina del Norte	108	Utah	16		

Datos de estado de ganancias seleccionados

(En millones, excepto los datos de las acciones)

	2008	2007	2006	2005*	2004
Ventas netas	\$48,230	\$48,283	\$46,927	\$43,243	\$36,464
Margen bruto	16,501	16,727	16,198	14,790	12,240
Ganancias netas	2,195	2,809	3,105	2,765	2,167
Ganancias por acción básicas	1.51	1.90	2.02	1.78	1.39
Ganancias diluidas por acción	1.49	1.86	1.99	1.73	1.35
Dividendos por acción	\$ 0.335	\$ 0.290	\$ 0.180	\$ 0.110	\$ 0.075

Datos del estado de situación seleccionados

Total de activos	\$32,686	\$30,869	\$27,767	\$24,639	\$21,101
Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales	\$ 5,039	\$ 5,576	\$ 4,325	\$ 3,499	\$ 3,060

* El año fiscal 2005 tuvo 53 semanas, mientras que todos los demás años tuvieron 52 semanas.

Datos trimestrales seleccionados

(En millones, excepto por los datos de las acciones)

	Primero	Segundo	Tercer	Cuarto
2008				
Ventas netas	\$12,009	\$14,509	\$11,728	\$ 9,984
Margen bruto	4,166	4,982	3,985	3,368
Ganancias netas	607	938	488	162
Ganancias por acción básicas	0.42	0.64	0.33	0.11
Ganancias diluidas por acción	\$ 0.41	\$ 0.64	\$ 0.33	\$ 0.11

(En millones, excepto por los datos de acciones)

	Primero	Segundo	Tercer	Cuarto
2007				
Ventas netas	\$12,172	\$14,167	\$11,565	\$10,379
Margen bruto	4,259	4,883	3,964	3,620
Ganancias netas	739	1,019	643	408
Ganancias por acción básicas	0.49	0.68	0.44	0.28
Ganancias diluidas por acción	\$ 0.48	\$ 0.67	\$ 0.43	\$ 0.28

RENDIMIENTO DE LAS ACCIONES (sin auditoría)

Pago de dividendos en efectivo y banda de precios trimestrales

	Año fiscal 2008			Año fiscal 2007			Año fiscal 2006		
	Alto	Bajo	Dividendo	Alto	Bajo	Dividendo	Alto	Bajo	Dividendo
Primer trimestre	\$27.18	\$20.25	\$0.080	\$35.74	\$29.87	\$0.05	\$34.83	\$30.58	\$0.03
Segundo trimestre	26.18	18.00	0.085	33.19	27.38	0.08	32.85	26.90	0.05
Tercer trimestre	28.49	15.76	0.085	32.53	25.71	0.08	31.55	26.15	0.05
Cuarto trimestre	\$23.73	\$15.85	\$0.085	\$26.87	\$19.94	\$0.08	\$34.65	\$28.59	\$0.05

A partir del 27 de marzo de 2009, había 31, 701 accionistas registrados con acciones ordinarias de Lowe's.

Precio de acciones y volumen operado mensuales

	Año fiscal 2008			Año fiscal 2007			Año fiscal 2006		
	Alto	Bajo	Acciones negociadas	Alto	Bajo	Acciones negociadas	Alto	Bajo	Acciones negociadas
Febrero	\$25.68	\$22.70	243,541,400	\$35.74	\$31.82	144,414,800	\$34.83	\$30.58	148,615,200
Marzo	25.10	20.25	440,193,100	33.26	29.87	220,012,800	34.43	31.94	176,907,800
Abril	27.18	23.16	215,194,200	32.23	30.35	134,288,400	32.85	31.01	143,440,400
Mayo	26.18	23.02	226,632,000	33.19	30.40	200,179,300	32.85	29.57	165,476,000
Junio	24.82	19.95	287,600,700	33.06	30.48	200,081,400	31.75	28.72	176,997,400
Julio	21.83	18.00	263,974,600	31.31	27.38	216,739,200	29.84	26.90	177,045,100
Agosto	25.47	19.99	282,758,100	31.29	25.98	249,457,600	29.95	26.15	177,348,900
Septiembre	28.49	21.35	538,455,500	32.53	27.99	266,600,900	30.07	26.76	228,877,300
Octubre	22.29	15.76	449,070,900	31.72	25.71	183,517,700	31.55	28.80	175,250,300
Noviembre	22.00	15.85	330,369,600	25.65	21.76	289,301,400	31.43	28.59	201,035,600
Diciembre	23.73	18.46	360,238,200	25.29	20.96	203,493,334	32.50	30.15	170,769,300
Enero	\$23.17	\$18.15	260,547,700	\$26.87	\$19.94	329,682,916	\$34.65	\$31.13	136,214,400

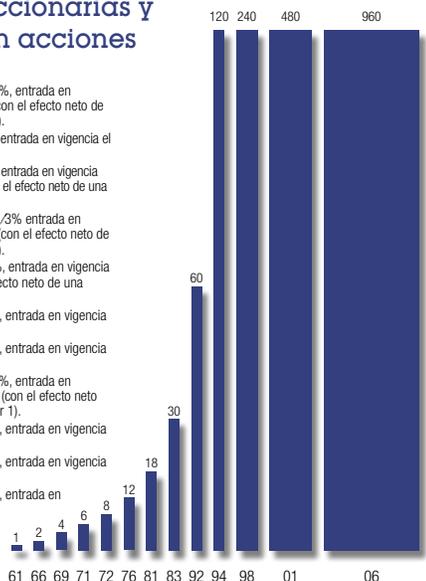
Fuente: *El Wall Street Journal*

Ajustado para la partición accionaria 2 por 1, en vigencia el 3 de julio de 2006.

Particiones accionarias y dividendos en acciones

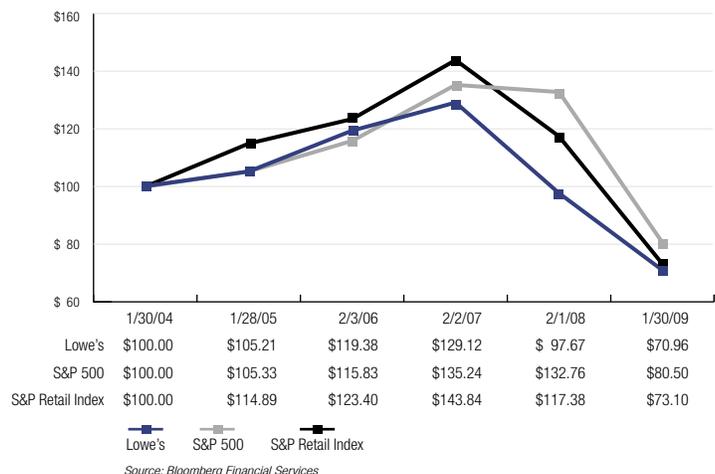
Desde 1961

- Dividendos en acciones del 100%, entrada en vigencia el 5 de abril de 1966 (con el efecto neto de una partición accionaria 2 por 1).
- Una partición accionaria 2 por 1, entrada en vigencia el 18 de noviembre de 1969.
- Dividendos en acciones del 50%, entrada en vigencia el 30 de noviembre de 1971 (con el efecto neto de una partición accionaria 3 por 2).
- Dividendos en acciones del 33 1/3% entrada en vigencia el 25 de julio de 1972 (con el efecto neto de una partición accionaria 4 por 3).
- Dividendos en acciones del 50%, entrada en vigencia el 2 de junio de 1976 (con el efecto neto de una partición accionaria 3 por 2).
- Una partición accionaria 3 por 2, entrada en vigencia el 2 de noviembre de 1981.
- Una partición accionaria 5 por 3, entrada en vigencia el 29 de abril de 1983.
- Dividendos en acciones del 100%, entrada en vigencia el 29 de junio de 1992 (con el efecto neto de una partición accionaria 2 por 1).
- Una partición accionaria 2 por 1, entrada en vigencia el 4 de abril de 1994.
- Una partición accionaria 2 por 1, entrada en vigencia el 29 de junio de 1998.
- Una partición accionaria 2 por 1, entrada en vigencia el 2 de julio de 2001.
- Una partición accionaria 2 por 1, entrada en vigencia el 3 de julio de 2006.



Retorno total para los accionistas

La tabla y el gráfico siguientes comparan los retornos totales (se supone una reinversión de dividendos) de las acciones ordinarias de la empresa, el índice S&P 500 y índice S&P de ventas por menor. En el gráfico se da por supuesto que invirtieron \$100 al 30 de enero de 2004 en las acciones ordinarias de la empresa y cada uno de los índices.



REVISIÓN TRIMESTRAL DE RENDIMIENTO (sin auditoría)**Estado de resultados**

(En millones, excepto los datos de las acciones)

Trimestre que finalizó	Año fiscal 2008				Año fiscal 2007			
	Cuarto	Tercero	Segundo	Primero	Cuarto	Tercero	Segundo	Primero
Ventas netas	\$ 9,984	\$11,728	\$14,509	\$12,009	\$10,379	\$11,565	\$14,167	\$12,172
Margen bruto	3,368	3,985	4,982	4,166	3,620	3,964	4,883	4,259
Gastos:								
Gastos de ventas, generales y administrativos	2,610	2,726	3,014	2,725	2,489	2,503	2,839	2,685
Costos de apertura de tiendas	32	31	21	18	61	41	26	12
Depreciación	397	385	381	375	370	340	332	323
Interés: neto	70	65	69	76	47	50	50	47
Gastos totales	3,109	3,207	3,485	3,194	2,967	2,934	3,247	3,067
Ganancias previas a la deducción de impuestos	259	778	1,497	972	653	1,030	1,636	1,192
Provisión para impuesto sobre la renta	97	290	559	365	245	387	617	453
Ganancias netas	162	488	938	607	408	643	1,019	739
Ganancias por acción básicas	0.11	0.33	0.64	0.42	0.28	0.44	0.68	0.49
Ganancias diluidas por acción	\$ 0.11	\$ 0.33	\$ 0.64	\$ 0.41	\$ 0.28	\$ 0.43	\$ 0.67	\$ 0.48

Cambios en el estado de resultados

(Cambios del mismo trimestre el año anterior, porcentaje a la décima más cercana)

Trimestre que finalizó	Año fiscal 2008				Año fiscal 2007			
	Cuarto	Tercero	Segundo	Primero	Cuarto	Tercero	Segundo	Primero
Ventas netas	(3.8)%	1.4%	2.4%	(1.3)%	(0.3)%	3.2%	5.8%	2.1%
Margen bruto	(7.0)	0.5	2.0	(2.2)	(1.8)	2.6	9.1	2.2
Gastos:								
Gastos de ventas, generales y administrativos	4.9	8.9	6.2	1.5	6.6	7.8	8.5	8.9
Costos de apertura de tiendas	(47.9)	(23.5)	(21.0)	47.2	24.3	(6.4)	(5.7)	(52.1)
Depreciación	7.1	13.5	14.7	16.2	20.0	14.4	17.6	17.8
Interés: neto	50.4	30.0	37.1	61.3	7.7	12.5	65.4	33.3
Gastos totales	4.8	9.3	7.3	4.1	8.4	8.4	9.8	9.5
Ganancias previas a la deducción de impuestos	(60.4)	(24.5)	(8.4)	(18.4)	(31.3)	(11.1)	7.6	(12.9)
Provisión para impuesto sobre la renta	(60.5)	(25.4)	(9.2)	(19.4)	(27.6)	(12.4)	5.3	(13.9)
Ganancias netas	(60.3)	(24.0)	(8.0)	(17.8)	(33.4)	(10.3)	9.0	(12.2)
Ganancias por acción básicas	(60.7)	(25.0)	(5.9)	(14.3)	(30.0)	(6.4)	11.5	(9.3)
Ganancias diluidas por acción	(60.7)%	(23.3)%	(4.5)%	(14.6)%	(30.0)%	(6.5)%	11.7%	(9.4)%

Porcentajes del estado de resultados

(Porcentaje de ventas a la centésima más cercana; el impuesto sobre la renta es el porcentaje de ganancias previas a la deducción de impuestos)

Trimestre que finalizó	Año fiscal 2008				Año fiscal 2007			
	Cuarto	Tercero	Segundo	Primero	Cuarto	Tercero	Segundo	Primero
Ventas netas	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Margen bruto	33.73	33.98	34.34	34.69	34.88	34.27	34.47	34.99
Gastos:								
Gastos de ventas, generales y administrativos	26.15	23.23	20.78	22.69	23.97	21.63	20.04	22.06
Costos de apertura de tiendas	0.32	0.27	0.14	0.15	0.59	0.36	0.18	0.10
Depreciación	3.97	3.29	2.63	3.12	3.57	2.94	2.35	2.65
Interés: neto	0.70	0.56	0.47	0.63	0.45	0.43	0.35	0.39
Gastos totales	31.14	27.35	24.02	26.59	28.58	25.36	22.92	25.20
Ganancias previas a la deducción de impuestos	2.59	6.63	10.32	8.10	6.30	8.91	11.55	9.79
Provisión para impuesto sobre la renta	37.35	37.21	37.39	37.55	37.51	37.64	37.69	38.01
Ganancias netas	1.62%	4.16%	6.46%	5.06%	3.93%	5.56%	7.19%	6.07%

Lowe's Companies, Inc.
HISTORIA FINANCIERA (sin auditoría)
 INFORMACIÓN FINANCIERA DE 10 AÑOS¹

Años fiscales que finalizaron el	5 años % de CGR	30 de enero de 2009	1 de febrero de 2008	2 de febrero de 2007	3 de febrero de 2006*
Tiendas y personal					
1 Cantidad de tiendas	11.6	1,649	1,534	1,385	1,234
2 Pies cuadrados (en millones)	11.4	186.6	174.1	157.1	140.1
3 Cantidad de empleados	9.2	228,729	215,978	210,142	185,314
4 Transacciones de clientes (en millones)	7.3	740	720	680	639
5 Compras promedio	1.9	\$ 65.15	\$ 67.05	\$ 68.98	\$ 67.67
Estados de resultados comparativos (en millones)					
6 Ventas	9.4	\$ 48,230	\$ 48,283	\$ 46,927	\$ 43,243
7 Depreciación	15.8	1,539	1,366	1,162	980
8 Interés: neto	9.2	280	194	154	158
9 Ganancias previas a la deducción de impuestos	3.8	3,506	4,511	4,998	4,496
10 Provisión para impuesto sobre la renta	NM	1,311	1,702	1,893	1,731
11 Ganancias de operaciones continuas	4.0	2,195	2,809	3,105	2,765
12 Ganancias de operaciones discontinuas, neto de impuestos	NM	—	—	—	—
13 Ganancias netas	3.8	2,195	2,809	3,105	2,765
14 Dividendos en efectivo	41.4	491	428	276	171
15 Resultados acumulados	(0.4)	\$ 1,704	\$ 2,381	\$ 2,829	\$ 2,594
Dólares por acción (acciones promedio ponderadas, se supone una dilución)					
16 Ventas	11.6	\$ 32.76	\$ 31.98	\$ 29.97	\$ 26.91
17 Ganancias	5.8	1.49	1.86	1.99	1.73
18 Dividendos en efectivo	39.4	0.33	0.28	0.18	0.11
19 Resultados acumulados	1.5	1.16	1.58	1.81	1.62
20 Capital de los accionistas	14.4	\$ 12.27	\$ 10.66	\$ 10.04	\$ 8.90
Ratios financieros					
21 Rotación de activos ²		1.56	1.74	1.90	2.05
22 Retorno sobre las ventas ³		4.55%	5.82%	6.62%	6.39%
23 Rendimiento sobre el promedio de activos ⁴		6.91%	9.58%	11.85%	12.09%
24 Rendimiento sobre el promedio del capital de los accionistas ⁵		12.85%	17.65%	20.69%	21.44%
Estado de situación comparativo (en millones)					
25 Total de activos corrientes	7.5	\$ 9,251	\$ 8,686	\$ 8,314	\$ 7,788
26 Inversiones en efectivo y a corto plazo	(16.5)	661	530	796	876
27 Inventario de mercancías: neto	12.9	8,209	7,611	7,144	6,635
28 Propiedad	14.0	22,722	21,361	18,971	16,354
29 Total de activos	11.9	32,686	30,869	27,767	24,639
30 Total de pasivos corrientes	14.1	8,022	7,751	6,539	5,832
31 Cuentas por pagar	13.2	4,109	3,713	3,524	2,832
32 Deuda a largo plazo (excluidos los vencimientos actuales)	6.5	5,039	5,576	4,325	3,499
33 Total de pasivos	11.5	14,631	14,771	12,042	10,343
34 Capital de los accionistas	12.1	\$ 18,055	\$ 16,098	\$ 15,725	\$ 14,296
35 Capital/deuda a largo plazo (excluidos los vencimientos actuales)		3.58	2.89	3.64	4.09
36 Factor de apalancamiento de fin de año: activos/capital		1.81	1.92	1.77	1.72
Accionistas, acciones y valor libro					
37 Accionistas registrados, fin de año		31,561	31,513	29,439	27,427
38 Acciones en circulación, fin de año (en millones)		1,470	1,458	1,525	1,568
39 Acciones promedio ponderadas, se supone una dilución (en millones)		1,472	1,510	1,566	1,607
40 Valor libro por acción		\$ 12.28	\$ 11.04	\$ 10.31	\$ 9.12
Precio de acciones durante el año calendario⁶ (ajustado para las particiones accionarias)					
41 Alto		\$ 28.49	\$ 35.74	\$ 34.83	\$ 34.85
42 Bajo		\$ 15.76	\$ 21.01	\$ 26.15	\$ 25.36
43 Cotización de cierre, 31 de diciembre		\$ 21.52	\$ 22.62	\$ 31.15	\$ 33.33
Relación precio/ganancias					
44 Alto		19	19	17	20
45 Bajo		11	11	13	15

	28 de enero de 2005	30 de enero de 2004	31 de enero de 2003	1 de febrero de 2002	2 de febrero de 2001*	28 de enero de 2000	
1	1,087	952	828	718	624	550	1
2	123.7	108.8	94.7	80.7	67.8	57.0	2
3	161,964	147,052	120,692	107,404	93,669	85,145	3
4	575	521	460	394	342	299	4
5	\$ 63.43	\$ 59.21	\$ 56.80	\$ 55.05	\$ 53.78	\$ 51.73	5
6	\$ 36,464	\$ 30,838	\$ 26,112	\$ 21,714	\$ 18,368	\$ 15,445	6
7	859	739	617	509	403	330	7
8	176	180	182	174	121	85	8
9	3,520	2,908	2,362	1,535	1,238	1,021	9
10	1,353	1,101	889	566	454	373	10
11	2,167	1,807	1,473	969	784	648	11
12	–	15	12	13	14	15	12
13	2,167	1,822	1,485	982	798	663	13
14	116	87	66	60	53	48	14
15	\$ 2,051	\$ 1,735	\$ 1,419	\$ 922	\$ 745	\$ 615	15
16	\$ 22.55	\$ 18.91	\$ 16.12	\$ 13.49	\$ 11.94	\$ 10.06	16
17	1.35	1.13	0.93	0.62	0.52	0.43	17
18	0.08	0.06	0.04	0.04	0.04	0.03	18
19	1.27	1.07	0.89	0.58	0.48	0.40	19
20	\$ 7.11	\$ 6.25	\$ 5.08	\$ 4.09	\$ 3.54	\$ 3.03	20
21	1.95	1.95	1.93	1.92	2.05	2.19	21
22	5.94%	5.91%	5.69%	4.52%	4.34%	4.29%	22
23	10.90%	10.58%	10.12%	7.91%	7.89%	8.29%	23
24	19.99%	19.79%	20.05%	16.33%	15.80%	16.07%	24
25	\$ 6,866	\$ 6,438	\$ 5,356	\$ 4,818	\$ 4,158	\$ 3,688	25
26	813	1,624	1,126	853	469	569	26
27	5,850	4,482	3,911	3,611	3,285	2,812	27
28	13,911	11,819	10,245	8,565	6,964	5,122	28
29	21,101	18,667	15,790	13,546	11,287	8,952	29
30	5,648	4,144	3,360	2,940	2,911	2,380	30
31	2,695	2,212	1,791	1,589	1,708	1,561	31
32	3,060	3,678	3,736	3,734	2,698	1,727	32
33	9,603	8,479	7,564	6,962	5,841	4,293	33
34	\$ 11,498	\$ 10,188	\$ 8,226	\$ 6,584	\$ 5,446	\$ 4,658	34
35	3.76	2.77	2.20	1.76	2.02	2.70	35
36	1.84	1.83	1.92	2.06	2.07	1.92	36
37	27,071	26,553	25,405	19,277	16,895	15,446	37
38	1,548	1,575	1,564	1,551	1,533	1,529	38
39	1,617	1,631	1,620	1,610	1,538	1,536	39
40	\$ 7.43	\$ 6.47	\$ 5.26	\$ 4.25	\$ 3.55	\$ 3.05	40
41	\$ 30.27	\$ 30.21	\$ 25.00	\$ 24.44	\$ 16.81	\$ 16.61	41
42	\$ 22.95	\$ 16.69	\$ 16.25	\$ 12.40	\$ 8.56	\$ 10.75	42
43	\$ 28.80	\$ 27.70	\$ 18.75	\$ 23.21	\$ 11.13	\$ 14.94	43
44	22	27	27	40	32	39	44
45	17	15	17	20	16	25	45

Notas explicativas:

1 Los montos presentados en este documento reflejan las tiendas Contractor Yards como una operación discontinua.

2 Rotación de activos: Ventas divididas por activos iniciales

3 Retorno sobre las ventas: Ganancias netas divididas por ventas

4 Retorno sobre el promedio de activos: Ganancias netas divididas por el promedio de activos iniciales y finales

5 Rendimiento sobre el promedio del capital de los accionistas: Ganancias netas divididas por el promedio de capital inicial y final

6 Fuente de los precios de acciones: *El Wall Street Journal*

* El año fiscal tuvo 53 semanas.

Todos los demás años tuvieron 52 semanas.

NM = no relevante

CGR = Tasa de crecimiento compuesta

Lowe's Companies, Inc.

JUNTA DIRECTIVA

Robert A. Niblock^{3*}

Presidente y Presidente Ejecutivo, Lowe's Companies, Inc., Mooresville, NC

David W. Bernauer^{1,4}

Presidente Retirado y Presidente Ejecutivo, Walgreen Co., Deerfield, IL

Leonard L. Berry, doctorado.^{2,4}

Benemérito profesor de Mercadeo, licenciado en medicina. Presidente de Ventas al por Menor y Liderazgo de Mercadotecnia de Zale y profesor de humanidades médicas, Texas A&M University, College Station, TX

Peter C. Browning^{1,4}

Director Principal, Nucor Corporation, Charlotte, NC

Dawn E. Hudson^{2,4}

Vicepresidente, The Parthenon Group, Boston, MA

Robert A. Ingram^{2,4}

Vicepresidente de Fármacos, GlaxoSmithKline plc, Londres, Reino Unido; Director Principal, Valeant Pharmaceuticals International, Aliso Viejo, CA; Presidente, OSI Pharmaceuticals, Inc., Melville, NY

Robert L. Johnson^{1,4}

Fundador y Presidente, RLJ Companies, Bethesda, MD

Marshall O. Larsen^{2*, 3,4}

Presidente y Presidente Ejecutivo, Goodrich Corporation, Charlotte, NC

Richard K. Lochridge^{2,4}

Presidente, Lochridge & Company, Inc., Boston, MA

Stephen F. Page^{1*, 3,4}

Vicepresidente Retirado y Presidente de Finanzas, United Technologies Corporation, Hartford, CT

O. Temple Sloan, Jr.^{1, 3,4*}

Presidente, General Parts International, Inc., Raleigh, NC; Director Principal, Lowe's Companies, Inc.; Director Principal, Bank of America Corporation, Charlotte, NC; Presidente, Highwoods Properties, Inc., Raleigh, NC

Participación en consejos

- 1 - Comité de auditoría (Audit Committee)
- 2 - Comité organizativo y de compensación (Compensation and Organization Committee)
- 3 - Comité ejecutivo (Executive Committee)
- 4 - Comité de gobernabilidad (Governance Committee)

*Presidente del comité 2008

Lowe's Companies, Inc.

DIRECTORES EJECUTIVOS

Robert A. Niblock

Presidente y Presidente Ejecutivo

Larry D. Stone

Presidente y Oficial Ejecutivo de Operaciones

Gregory M. Bridgford

Vicepresidente Ejecutivo de Desarrollo de Negocios

Michael K. Brown

Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones de Tiendas

Charles W. (Nick) Canter, Jr.

Vicepresidente Ejecutivo de Comercialización

Robert F. Hull, Jr.

Vicepresidente Ejecutivo y Presidente de Finanzas

Joseph M. Mabry, Jr.

Vicepresidente Ejecutivo de Distribución y Logística

Maureen K. Ausura

Vicepresidente Senior de Recursos Humanos

Marshall A. Croom

Vicepresidente Senior y Presidente de Riesgo

Matthew V. Hollifield

Vicepresidente Senior y Contralor

Gaither M. Keener, Jr.

Vicepresidente Senior, Director de Asuntos Legales, Secretario y Director de cumplimiento

N. Brian Peace

Vicepresidente Senior del Departamento de Comunicación Corporativa

Steven M. Stone

Vicepresidente Senior y Presidente de Informática

INFORMACIÓN CORPORATIVA Y PARA INVERSIONISTAS

Descripción comercial

Lowe's Companies, Inc. es una empresa minorista que factura \$48.2 mil millones, que ofrece una completa línea de productos y servicios para la mejora del hogar. A través de sus subsidiarias cada semana la empresa presta sus servicios a aproximadamente 14 millones de clientes de "hágalo usted mismo", "hágalo por mí" y negocios comerciales en 1,649 tiendas en Estados Unidos y Canadá. Fundada en 1946 y situada en Mooresville, Carolina del Norte, Lowe's es la segunda empresa minorista de mejoras del hogar más grande del mundo, con más de 228,000 empleados. Desde el 10 de octubre de 1961, Lowe's cotiza sus acciones en la Bolsa de Nueva York bajo el símbolo LOW. Para obtener más información, visite www.Lowes.com.

Lowe's presenta informes a la Comisión de Bolsa y Valores (SEC, por sus siglas en inglés), incluidos informes anuales sobre el Formulario 10-K, informes trimestrales sobre el Formulario 10-Q, informes actuales sobre el Formulario 8-K y algunos otros informes requeridos por la SEC. Conforme a lo establecido en la sección 302 de la Ley de Sarbanes Oxley 2002, las certificaciones del Presidente Ejecutivo (CEO) y el Presidente de Finanzas (CFO) de Lowe's con respecto a la información publicada de la compañía han sido incluidas como anexos en los informes de Lowe's para la SEC. Además, en el 2007, el Presidente Ejecutivo de Lowe's proporcionó a la Bolsa de Nueva York la certificación de Presidente Ejecutivo (CEO) anual con respecto a la observancia de Lowe's con las normas de gobierno corporativo para empresas cotizadas de la Bolsa de Nueva York.

Los informes que Lowe's presenta o le proporciona a la SEC, y todas sus enmiendas, están disponibles sin cargo en el sitio de Internet de Lowe's (www.Lowes.com) tan pronto como sea razonablemente factible después de que Lowe's los presenta o proporciona a la SEC.

Las copias del Informe anual 2008 de Lowe's sobre el formulario 10-K, el informe trimestral sobre el formulario 10-Q y el Informe anual para los accionistas son de acceso gratuito. Para solicitarlas, debe enviar una solicitud por escrito al secretario Gaither M. Keener, Jr., en las oficinas corporativas de Lowe's o debe llamar al 888-345-6937.

La información adicional que puede obtenerse en nuestro sitio en Internet incluye nuestras Pautas del gobierno corporativo, los Estatutos del Comité de la Junta Directiva, el Código de conducta y ética comercial y el Informe de responsabilidad social, así como también otro tipo de información financiera. Los accionistas pueden solicitar copias impresas.

Oficinas corporativas

1000 Lowe's Boulevard
Mooresville, Carolina del Norte 28117
704-758-1000

Sitio Web de Lowe's

www.Lowes.com

Registro y agente de transferencia de acciones, Agente de dividendos y desembolsos y Agente de reinversión de dividendos

Computershare Trust Company N.A.
P.O. Box 43078
Providence, RI 02940

Para realizar un depósito directo de dividendos, los accionistas registrados pueden llamar sin cargo a Computershare al 877-282-1174.

Los accionistas registrados que tengan una dirección de correo electrónico pueden enviar las consultas sobre su cuenta vía Internet. Para ello, deben ingresar al sitio de Computershare en www.computershare.com, y hacer clic en Contact Us (Contáctenos).

Para ingresar a sus cuentas en línea, los accionistas registrados pueden visitar Investor Centre (Centro de inversores) en www.computershare.com, y hacer clic en Shareholder Services (Servicios para accionistas).

Si los inversionistas desean unirse al Plan de Adquisición Directa de Acciones (Stock Advantage Direct Stock Purchase Plan) de Lowe's, deben visitar www.Lowes.com/investor, y hacer clic en Buy Stock Direct (Adquisición directa de acciones).

Dividendos

Desde que comenzó a cotizar en bolsa en 1961, Lowe's ha pagado un dividendo en efectivo cada trimestre.

El registro de dividendos generalmente se efectúa a mediados de los meses fiscales de abril, julio, octubre y enero.

El pago de dividendos generalmente se efectúa a finales de los meses fiscales de abril, julio, octubre y enero.

Fecha de la Reunión anual

29 de mayo, 2009 a las 10:00 a.m.
Ballantyne Resort
Charlotte, Carolina del Norte

Información sobre la transacción bursátil

Las acciones ordinarias de Lowe's cotizan en la Bolsa de Nueva York (símbolo bursátil: LOW)

Director jurídico

Gaither M. Keener, Jr.
Vicepresidente Senior, Director de Asuntos Legales, Secretario y Director de Cumplimiento
704-758-1000

Firma de contabilidad pública registrada independiente

Deloitte & Touche LLP
1100 Carillon Building
227 West Trade Street
Charlotte, Carolina del Norte 28202-1675
704-887-1690

Servicios para accionistas

Los accionistas y los analistas de seguridad deben dirigir sus consultas a:

Paul Taaffe
Vicepresidente de Relaciones de inversionistas
704-758-2033

Para obtener copias de información financiera: 888-34LOWES (888-345-6937) o visite www.Lowes.com/investor.

Relaciones públicas

Las consultas de los medios deben dirigirse a: Chris Ahearn
Vicepresidente de Relaciones Públicas
704-758-2304
www.Lowes.com/presspass.

Para ver el informe de Responsabilidad social de Lowe's visite: www.Lowes.com/socialresponsibility.

Este informe se imprimió en papel que contiene fibras de bosques bien administrados y certificados de manera independiente. La parte correspondiente al texto contiene un 10% de fibra reciclada posconsumo. Para reducir aún más el uso de recursos, Lowe's está aprovechando reglas E-proxy para la creación de material para el informe de la Reunión anual 2009, incluido este Informe anual, disponible en línea para muchos de nuestros accionistas en lugar de enviarlos por correo copias en papel. Este uso de la tecnología nos permite reducir el número de copias que imprimimos del Informe anual en aproximadamente un 55% respecto al año pasado. Para obtener información adicional acerca del compromiso con el manejo sostenible de los bosques, visite: www.Lowes.com/woodpolicy.

Lowe's Companies, Inc. es una empresa minorista de \$48.2 mil millones que ofrece una completa línea de productos y servicios para la mejora del hogar. A través de sus subsidiarias, cada semana la empresa presta sus servicios a aproximadamente 14 millones de clientes de "hágalo usted mismo", "hágalo por mí" y negocios comerciales en 1,649 tiendas en Estados Unidos y Canadá. Fundada en 1946 y situada en Mooresville, Carolina del Norte, Lowe's es la segunda empresa minorista de mejoras del hogar más grande del mundo, con más de 228,000 empleados. Desde el 10 de octubre de 1961, Lowe's cotiza sus acciones en la Bolsa de Nueva York bajo el símbolo LOW. Para obtener más información, visite www.Lowes.com.



LOWE'S

3025
Lowe's Companies, Inc.
1000 Lowe's Boulevard
Mooresville, Carolina
del Norte 28117
www.Lowes.com

er 40
product
ories.

ht.

