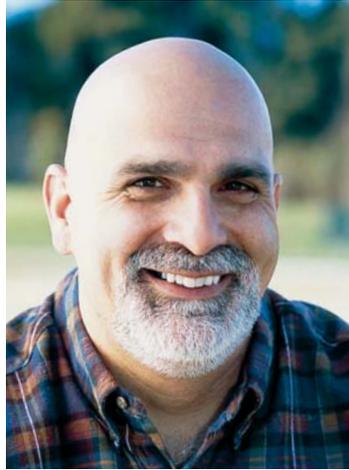
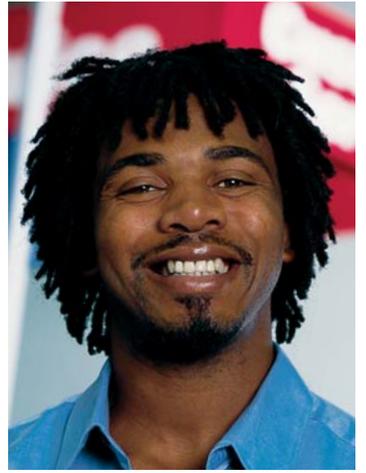
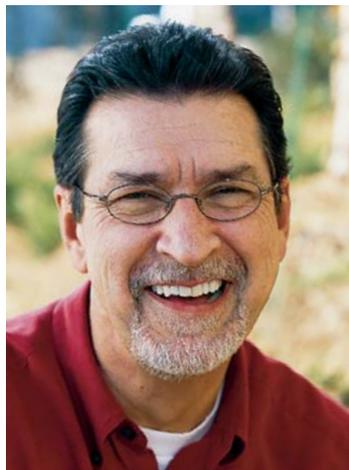
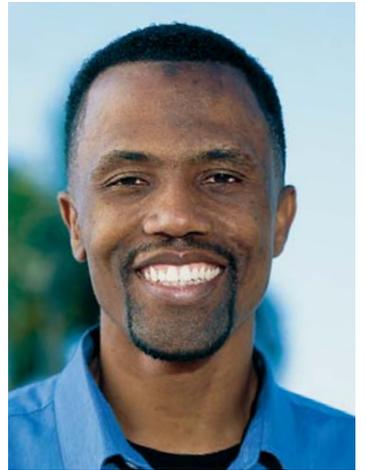


“Soy el cliente más importante de Lowe’s.”





“Yo también.”



El año 2003, Lowe's atendió a 520,605,244 clientes. Los clientes que entran por nuestras puertas esperan encontrar en los estantes productos de calidad todos los días a precios bajos, así como soluciones completas para mejorar el hogar que les permitan agregar los toques personales para convertir sus casas en hogares. Ellos vuelven una y otra vez, porque saben que los empleados de Lowe's se esforzarán por superar sus expectativas al tratar a cada cliente como el cliente más importante de Lowe's.

Invirtiendo en lo importante. Para nuestros clientes, la casa propia es más que simplemente tener un techo sobre la cabeza. Es el sueño americano, una expresión de su individualidad y una inversión que es el eje de sus vidas. Nos complace ver que nuestros clientes han elegido a Lowe's para ayudarlos a mejorar su hogar y su inversión. Estamos listos para atenderlos con el compromiso inquebrantable de ofrecer las mejores marcas todos los días, a precios bajos y con un servicio excepcional que les demuestre que son el cliente más importante de Lowe's.

Nuestra expansión continua en las áreas metropolitanas y de mercados más pequeños ha aumentado nuestra presencia nacional y penetración en el mercado. Pero nuestro crecimiento va más allá de la expansión geográfica de las tiendas. Con productos nuevos y fascinantes, mejores instalaciones y capacidades para pedidos especiales, nuestros clientes buscan en nuestras tiendas más que productos para mejorar el hogar. Ellos buscan empleados bien capacitados, informados, respaldados por tecnología de punta y un equipo gerencial experimentado que comprenda que el éxito sustentable depende del servicio y la satisfacción de aproximadamente 521 millones de clientes... uno a la vez.

Perfil de la compañía // Lowe's Companies, Inc. es una empresa minorista dedicada a una línea completa de productos, equipos y servicios de mejoras para el hogar, cuyas ventas alcanzan los \$30,8 mil millones. A través de 950 tiendas ubicadas en 45 estados, la compañía atiende semanalmente a más de 10 millones de clientes entre los que se cuentan empresas y personas que realizan las tareas en su propio hogar. Lowe's, que fue nombrado por segundo año consecutivo el "Minorista de productos especializados más admirado" por la revista Fortune®, ocupa el segundo lugar en el mundo entre las empresas minoristas dedicadas a las mejoras en el hogar y el 11º lugar entre las tiendas minoristas de EE.UU. // La expansión de Lowe's continúa: como promedio, se abre una nueva tienda cada tres días. Los planes de expansión de la compañía incluyen dos prototipos: una tienda de 116,000 pies cuadrados (116 mil) para mercados grandes y una tienda de 94,000 pies cuadrados (94 mil) destinada principalmente a atender mercados más pequeños. Ambos prototipos incluyen un centro de jardinería con una superficie promedio adicional de 31,000 pies cuadrados para las tiendas de 116 mil y 26,000 pies cuadrados para las tiendas de 94 mil. A comienzos del año 2004, la superficie total alcanzaba aproximadamente 109 millones de pies cuadrados. // Durante el 2003, Lowe's abrió 130 tiendas nuevas, la mayoría de las cuales se encuentran en mercados metropolitanos. Durante el 2004, la compañía planea abrir 140 tiendas nuevas y continuar con su énfasis en ciudades cuya población supere los 500,000 habitantes, como Nueva York, Tampa y Los Ángeles. Lowe's participa activamente en las comunidades donde opera. A través del programa de voluntarios Lowe's Heroes (Héroes de Lowe's) y del Consejo de Seguridad del Hogar, la compañía ayuda a grupos cívicos involucrados en proyectos de seguridad pública y comparte información importante sobre seguridad en el hogar y prevención de incendios con comunidades de todo el país. // Con su casa matriz en Mooresville, N.C., esta es una empresa con 58 años de experiencia y más de 147,000 empleados. Los empleados son dueños de aproximadamente el 6% de las acciones, a través del plan de ahorros para el retiro 401(k) de Lowe's. La compañía se compromete a comprender y reflejar las culturas diversas de sus comunidades en su personal, en sus asociaciones comerciales y en los productos que vende. El compromiso de Lowe's es que la diversidad y la inclusión sean una parte natural de la manera de operar. // Lowe's cotiza en la bolsa desde el 10 de octubre de 1961. Las acciones se cotizan en la Bolsa de Nueva York con el símbolo LOW. Para obtener más información, visite www.Lowes.com. //

Información financiera destacada*

en millones de dólares, salvo datos por acción

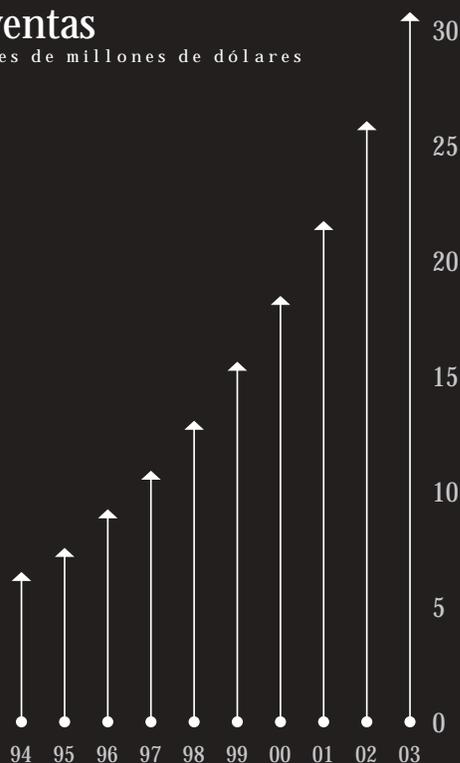
	Aumento sobre 2002	Ejercicio 2003	Ejercicio 2002
Ventas netas	18.1%	\$ 30,838	\$ 26,112
Margen bruto	71 bps**	31.15%	30.44%
Utilidades antes de deducir impuestos	28.2%	\$ 2,998	\$ 2,339
Utilidades por operaciones continuas	27.6%	\$ 1,862	\$ 1,459
Utilidades por operaciones discontinuadas, Deducidos los impuestos		\$ 15	\$ 12
Utilidad neta	27.6%	\$ 1,877	\$ 1,471
Utilidades por acción			
Básicas (<i>Operaciones continuas</i>)		\$ 2.37	\$ 1.87
(<i>Operaciones discontinuadas</i>)		\$ 0.02	\$ 0.02
Utilidades básicas por acción	26.5%	\$ 2.39	\$ 1.89
Diluidas (<i>Operaciones continuas</i>)		\$ 2.32	\$ 1.83
(<i>Operaciones discontinuadas</i>)		\$ 0.02	\$ 0.02
Utilidades diluidas por acción	26.5%	\$ 2.34	\$ 1.85
Dividendos en efectivo por acción	29.4%	\$ 0.110	\$ 0.085

* Los montos que aquí se presentan se han ajustado para reflejar las 26 instalaciones Contractor Yard vendidas en el 2003 como una operación discontinuada.

** Puntos de base

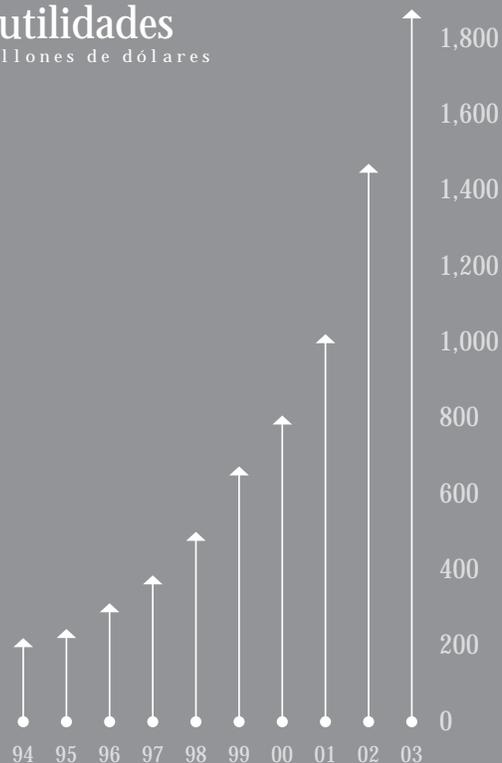
Crecimiento de las ventas

en miles de millones de dólares



Crecimiento de las utilidades

en millones de dólares





*Robert L. Tillman, Presidente del directorio y Director ejecutivo
y Robert A. Niblock, Presidente*

A nuestros accionistas. El éxito continuo es un logro que se reconoce en los negocios y en el deporte como una muestra de verdadera excelencia. Un buen año sólo eleva la meta para el siguiente, y Lowe's ha demostrado un historial de gran desempeño en forma permanente al haber convertido a la compañía en un líder en la industria de las mejoras para el hogar. Aceptando el desafío planteado por los resultados sin precedentes del 2002, nuestro éxito en el 2003 deja en evidencia que Lowe's está brindando los productos y servicios que les permiten a los estadounidenses invertir en lo que les importa.

El año 2003 fue excelente para Lowe's. Con el liderazgo sólido de nuestro experimentado equipo gerencial, conseguimos ventas y utilidades por sobre lo planificado, a pesar del lento inicio provocado por el clima que se experimentó en el primer trimestre. Tras el inicio lento hasta el segundo trimestre, sabíamos que nos enfrentábamos a una temporada de venta comprimida y nuestras tiendas debían estar preparadas. Invertimos en el negocio y pusimos a punto la mercadería y al personal para atender a nuestros clientes cuando iniciaran sus proyectos de mejoras para el hogar cuando el clima fuera más propicio.

Esa inversión se vio recompensada con resultados financieros sólidos. Las ventas por las operaciones continuas del año llegaron a \$30,8 mil millones de dólares, 18.1% superior al ejercicio 2002, y las ventas en tiendas comparables aumentó en un 6.7%. Tuvimos ventas equilibradas en las cuatro regiones de operación y categorías de productos. De hecho, las 18 regiones y las 18 categorías de productos arrojaron ventas positivas para el año en tiendas comparables, además de demostrar la profunda relación que tenemos con nuestros clientes.

El margen bruto sigue aumentando, impulsado no por precios más altos, sino por nuestros esfuerzos por minimizar los costos de adquisición y de la cadena de suministros. Nuestro compromiso de precios bajos todos los días se mantiene firme, garantizando a nuestros clientes que cada día encontrarán los mejores precios en Lowe's.

El crecimiento del margen bruto, junto con un control efectivo de los gastos, le han dado a la compañía una posición de liderazgo en la industria y un margen operativo récord para Lowe's de 10.7% para el año.

Las utilidades netas aumentaron en un 27.6 % en el 2003 y las utilidades diluidas por acción aumentaron a \$2.34, 26.5% superior al 2002.

Logramos muchas metas en el 2003. Lowe's superó los \$30 mil millones en ventas, el patrimonio de los accionistas llegó a más de \$10 mil millones, y dimos el paso final en nuestra transformación para ser un minorista en mejoras para el hogar a gran escala en EE.UU. cuando vendimos las 26 instalaciones Contractor Yard concentradas en los productos. Esta transacción nos permite centrar la atención en nuestros clientes minoristas y comerciales específicos.

En el ejercicio 2003, abrimos 130 tiendas nuevas, incluidas cinco reubicaciones, con lo que llegamos a un total de 952 tiendas. Ingresamos a Chicago con tres tiendas y agregamos instalaciones adicionales en mercados estratégicos como Los Ángeles, Nueva York, Detroit y Memphis. Ingresamos también a muchos mercados de menor tamaño en EE.UU., haciendo de Lowe's una compañía de mejoras para el hogar cada vez más conveniente para los clientes de todo el país.

Uno de los factores clave para nuestro éxito en los mercados más pequeños de EE.UU. es nuestra tienda prototipo de 94,000 pies cuadrados. Diseñada para atender con eficiencia en los mercados de una tienda en todo el país, inauguramos el primer prototipo en marzo y terminamos el año con 32 de nuestras tiendas de 94,000 pies cuadrados. Diseñamos este prototipo para obtener la misma apariencia y sensación que en nuestras tiendas más grandes, y la opinión de nuestros clientes confirma que hemos logrado nuestro objetivo. Seguimos complacidos con los resultados que están teniendo las tiendas y las comunidades donde ingresamos nos reciben con emoción.

Nuestro éxito continuo nos da aun mayor confianza para el futuro. La industria de mejoras para el hogar es sólida y está creciendo. De hecho, el Home Improvement Research Institute (Instituto de investigación de mejoras para el hogar) calcula que el gasto en mejoras

para el hogar aumentará aproximadamente en un 5% durante los próximos años. Este crecimiento se ve respaldado por el mercado de viviendas más sólido registrado. En el 2003, el monto de las transacciones en viviendas llegó a niveles sin precedentes y se espera que el alza se mantenga en el 2004 y posteriormente. Aumentos en los ingresos disponibles, mejoras en los mercados de capitales y tasas hipotecarias bajas que estimulan un mercado de refinanciación sólido han impulsado el gasto en mejoras para el hogar y han contribuido a que las viviendas económicas estén disponibles para aquellos que desean participar del sueño americano. Esta solidez ha provocado niveles récord en la propiedad de viviendas en EE.UU., la que llegó a 68.6% a fines del 2003.

Estas fuerzas macroeconómicas no fueron los únicos impulsores de nuestro éxito anterior, pero dan la confianza de que el futuro para Lowe's será brillante. Nuestra fortaleza y la fortaleza de la industria de mejoras para el hogar dependen de varios factores: demográficos, sociales y económicos.

En primer lugar, las tendencias demográficas evolutivas han sido, y seguirán siendo, una fuerza positiva para Lowe's y para la industria de mejoras para el hogar. La influyente población nacida en la época de la posguerra (1946-1960) está entrando a la edad máxima de compra de una segunda vivienda y está impulsando un sólido mercado de la segunda vivienda.

Debido a este fenómeno, algunos calculan que se construirán 150,000 segundas viviendas cada año durante el resto de esta década. Además, esta población cuenta con menos tiempo que nunca y busca soluciones que faciliten sus vidas. La comodidad de comprar todo en un solo lugar y un conjunto de servicios de instalación cada vez mayor hacen de Lowe's el destino para satisfacer sus necesidades.

Las personas de la generación X están en la edad de formación de la familia y buscan formas de mejorar la funcionalidad, seguridad y apariencia de sus hogares. Esta generación valora la información que les permite iniciar los proyectos. Nuestras señales informativas y empleados expertos brindan exactamente los recursos que estos clientes exigen.

Por último, las personas nacidas a fines de la década de 1970, también conocidas como la generación Y, están concentradas en la personalización, cambian con frecuencia todo, desde la pintura a los pisos y los grifos, para satisfacer su deseo de distinción. Esta generación está entrando en edad e influye activamente en muchas decisiones de compra hoy en día. Con más de 40,000 productos en inventario y cientos de miles más disponibles mediante pedidos especiales, estos clientes pueden encontrar en Lowe's los productos que buscan.

La segunda fuerza impulsora en las mejoras para el hogar es la diversidad. La propiedad de viviendas entre las minorías está creciendo con rapidez en EE.UU., impulsada por una población inmigrante interesada en el sueño americano de la casa propia. El Joint Center for Housing Studies (Centro conjunto de estudios para la vivienda) de Harvard informa que en el año 2001, las minorías constituían el 32% de la población que compra una vivienda por primera vez, y desde 1995 a 2001, representaban el 60% del aumento en los hogares. Empleados bilingües, publicidad específica y productos exclusivos para satisfacer los diferentes estilos culturales son solo algunas de las cosas que estamos haciendo en Lowe's para responder a las necesidades de nuestra clientela cada vez más diversa.

En tercer lugar, los estadounidenses se interesan más que nunca en la comodidad, seguridad y calidez que el hogar pueda ofrecer. Debido al ambiente geopolítico tumultuoso y la presión de la vida diaria que enfrentan los estadounidenses, mantener el contacto con las personas que importan sigue siendo una de las mayores prioridades, y se realiza en el hogar. La casa propia fue una piedra angular para el sueño americano mucho antes de que las tasas de interés comenzaran su última caída en el 2001, y creemos que el interés en el hogar y en sus mejoras seguirá siendo parte del sueño americano incluso cuando aumenten las tasas de interés.

Por último, una tendencia creciente en el mejoramiento para el hogar es un fenómeno conocido como "remodelación en serie". Inspirado por la innovación y el ahorro de energía, la industria de las mejoras para el hogar es impulsada más que por la necesidad, por el sentido del estilo y el deseo de adquirir objetos de mejor calidad. Muchos clientes están repintando sus habitaciones con un color nuevo más a la moda o cambian una lavadora y secadora que aún funcionan por electrodomésticos más eficaces que limpian mejor y usan menos agua y energía. La innovación es la clave, y les recomendamos a nuestros proveedores que se aseguren de suministrar productos inspiradores para nuestros clientes. Esta tendencia marcha hombro con hombro con nuestra estrategia de proporcionar productos de mayor valor que garantiza que nuestros clientes encontrarán calidad e innovación en los productos que ofrecemos todos los días a precios bajos.

Para aprovechar estas tendencias, abriremos nuevas tiendas y mejoraremos las existentes para asegurarnos de entregarles a nuestros clientes exactamente lo que buscan. El historial de Lowe's para mantenerse al día con respecto a los deseos de los clientes es sólido. A principios del 2004, la revista FORTUNE® nombró por segundo año consecutivo a Lowe's como el "Minorista de productos especializados más admirado". Dicho reconocimiento es un testimonio del servicio que nuestros empleados brindan a los clientes y de los resultados financieros que hemos logrado.

Recientemente he anunciado mi plan de jubilarme a fines del ejercicio 2004, y Robert Niblock fue nombrado presidente del directorio y director ejecutivo electo. Tengo toda la confianza en su capacidad para aprovechar nuestro éxito y que llevará a Lowe's al siguiente estrato de crecimiento y desarrollo. Con el curso estratégico de Lowe's establecido firmemente y un equipo gerencial experimentado y talentoso comprometido en asegurar el éxito futuro de Lowe's, estoy convencido de que ésta es la oportunidad ideal para que continúe el proceso de entregarle las riendas de la compañía a Robert. Espero trabajar de cerca con él este año para que llevemos a cabo una transición fluida y metódica. Bajo la dirección de Robert y el avezado equipo gerencial de Lowe's y las brillantes perspectivas para la industria de las mejoras para el hogar, estoy seguro de que podemos anticipar muchos años más de éxito.



ROBERT L. TILLMAN
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO Y DIRECTOR EJECUTIVO
16 de abril de 2004 Mooresville, NC

A nuestros accionistas. Al meditar sobre mi primer año como presidente de Lowe's, estoy orgulloso de los resultados que hemos logrado en el 2003. Nuestro personal se apasiona por la atención a nuestros clientes, concentrados en llevar a cabo los fundamentos de la venta minorista, y los excepcionales resultados que obtuvimos no habrían sido posibles si todo el equipo no hubiese trabajado como un solo elemento.

Durante años hemos descrito el valor que vemos en el desarrollo de la infraestructura adecuada para administrar nuestra creciente base de tiendas. El valor de nuestra estructura se destacó en el 2003 cuando las ventas comparables en las tiendas saltaron desde la inactividad en el primer trimestre a más del 12% en el tercer trimestre. Nuestra logística e infraestructura de distribución de vanguardia nos permitieron mantener abastecidas nuestras tiendas con los productos adecuados para satisfacer la fuerte demanda que experimentamos en la segunda mitad del año, junto con aprovechar el crecimiento del inventario. Nuestra estructura operativa disciplinada nos ha permitido equiparar las horas de pago con las ventas en toda la cadena, con un modelo controlado que incrementa las ventas y garantiza que los niveles de servicio al cliente se mantengan altos. Los resultados que obtuvimos en el 2003, incluidas las sólidas ventas, el servicio al cliente de excelencia y los altos niveles de abastecimiento, son prueba del valor de esa estructura y no habrían sido posibles sin el trabajo en conjunto de todo el equipo de Lowe's.

Para el ejercicio 2004, hemos agregado a nuestra estructura de operaciones en tiendas dos nuevas divisiones y tres regiones para garantizar la implementación de un sistema gerencial que brinde a nuestros clientes una experiencia coherente en Lowe's, sin importar dónde compren.

Si bien es fundamental para nuestro éxito llevar a cabo lo básico, las ventas de productos con instalación incluida, las ventas por pedidos especiales (SOS, por sus siglas en inglés) y las iniciativas de clientes comerciales (CBC, por sus siglas en inglés) siguen evolucionando para atender mejor a los clientes. Este año, comenzamos a desarrollar un modelo de venta de productos con instalación incluida, diseñado para comunicarnos y manejar de mejor forma las expectativas de nuestros clientes. A fines del 2003, el nuevo modelo se implementó en 380 tiendas. Seguimos muy satisfechos con los resultados de este modelo. Los clientes, instaladores y empleados nos informan que el modelo funciona, y vemos el éxito en el alza de los niveles de satisfacción del cliente. Más del 90% de los clientes que experimentaron el modelo dicen que recurrirían nuevamente a Lowe's para un futuro proyecto de instalación. Esperamos contar con el nuevo modelo en todas las tiendas para fines del ejercicio 2004, lo que nos permitirá atender aun mejor a la creciente base de clientes que requieren la instalación de los productos.

Las mejoras a nuestro proceso SOS hacen que la selección, pedido y rastreo de estas ventas sigan siendo más convenientes y fluidos. En el segundo semestre del 2003, concluimos la preparación de nuestro programa SOS Express para plomería decorativa. El nuevo sistema automatizado mejora la visibilidad del inventario y, mediante una instalación de distribución especial, los pedidos se llevan a cabo de forma precisa y oportuna. Además, el nuevo sistema informa al cliente sobre productos relacionados necesarios para realizar o complementar el proyecto. Como en el caso de nuestro modelo de venta de productos con instalación incluida, la mejor forma para evaluar el éxito de este nuevo modelo es la satisfacción del cliente. Las tasas de devolución de productos se han reducido a la mitad; prueba de la eficacia de la nueva tecnología. Uno de los aspectos más emocionantes de SOS Express es que el modelo se puede trasladar a muchas otras categorías. Exploraremos estas oportunidades en el 2004 y posteriormente, a medida que proporcionemos a nuestros clientes un proceso más eficiente para satisfacer los deseos de diferenciar sus hogares.

Por último, nuestro negocio de CBC sigue entregando resultados sólidos, ya que las ventas comparables en las tiendas fueron superiores al promedio de la compañía en el 2003. Nuestro compromiso con los clientes comerciales sigue siendo fuerte y nos emociona el avance de las perspectivas de crecimiento. Contar con personal experimentado que conozca a cabalidad el inventario es primordial para el éxito con nuestros clientes comerciales. Estamos utilizando nuestros recursos de marketing directo para recordarle a nuestros clientes comerciales que tenemos los productos y marcas que necesitan, en las cantidades que requieren, todos los días a precios bajos.

Nuestro equipo de comercialización sigue estableciendo relaciones con proveedores de renombre en EE.UU. para desarrollar y proporcionar productos de excelencia a nuestros clientes. Uno de los mejores ejemplos vistos en el 2003 es el de American Tradition® Signature Colors®. Una mejora de nuestra línea de pinturas American Tradition existente, Signature Colors agrega un surtido de primera calidad de miles de colores de diseñador a nuestra oferta de pinturas para interiores. Tonos inspirados por Eddie Bauer®, Nickelodeon®, Waverly® y otras conocidas marcas le dan a nuestros clientes una selección incomparable para agregarle a cualquier habitación su estilo exclusivo.

Éste es solo uno de tantos ejemplos de la forma en que trabajan nuestros especialistas en mercaderías con los proveedores para diferenciar la oferta de productos de Lowe's, mantener nuestras tiendas actualizadas y asegurarnos de proporcionarles a nuestros clientes productos nuevos y fascinantes que hagan que las mejoras para el hogar sean más fáciles y placenteras.

Nuestros programas de marketing de 2003 tuvieron éxito en la consolidación de la posición de Lowe's como un minorista destacado en EE.UU., donde tanto los clientes que hacen las mejoras por sí mismos como los clientes comerciales pueden encontrar los productos y servicios para convertir una vivienda en un hogar. Nuestra campaña "Improving Home Improvement™" (Mejorando las mejoras para el hogar) sigue evolucionando y está llegando con éxito a clientes en todo EE.UU. Nuestro mensaje publicitario representa el ambiente de compras constantemente atractivo e inspirador que ofrece cada una de nuestras tiendas en EE.UU.

Nuestro tema para la Asamblea nacional de ventas de este año fue Definiendo la oportunidad, y eso es precisamente lo que queremos hacer en el 2004. Vemos oportunidades en todo lo que hacemos, cuando nos esforzamos por atender mejor a nuestros clientes y para llevar a cabo la visión de Lowe's por ser la mejor opción de mejoras para el hogar en todos los mercados que atendemos. Desde la bienvenida inicial cuando un cliente entra por nuestras puertas, a un vendedor entusiasta que ayuda a convertir en realidad un sueño, buscaremos constantemente las oportunidades para mejorar el servicio a los clientes y facilitarles la vida.

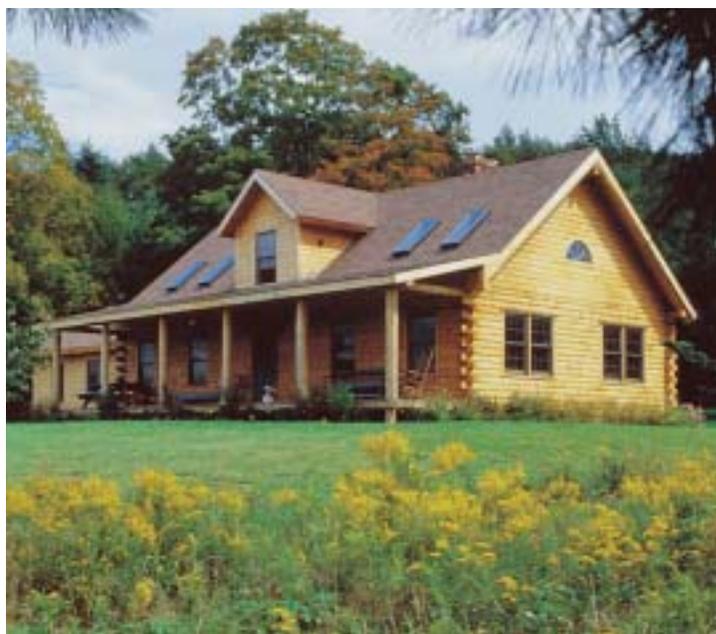
Tengo el honor de contar con el respaldo y la confianza de Bob Tillman, quien condujo la decisión del Directorio para nombrarme presidente del directorio y director ejecutivo electo. Soy muy afortunado también al tener un avezado equipo ejecutivo, el cual, con su experiencia en conjunto, representa la norma a seguir en la industria de las mejoras para el hogar. Juntos, queremos seguir agregando valor a nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores y a las comunidades que atendemos. Basado en la visión de Bob Tillman, quien puso a Lowe's en una nueva era hace más de una década, enfrentaré los desafíos y oportunidades que se nos avecinan. Acepto esta responsabilidad sabiendo que nuestra compañía tiene una visión clara, una estrategia segura, liderazgo de alta calidad y una cultura favorable que proporciona las bases para estar seguro de que mantendremos nuestro éxito continuo.



ROBERT A. NIBLOCK
PRESIDENTE

16 de abril de 2004 | Mooresville, NC

“Este es mi hogar.”



“Es lo más sorprendente que se puede ver. Cuando los clientes comienzan a describirle su hogar, sus ojos se llenan de vida. Ya no ve a un hombre o a una mujer que busca un producto, ve a una persona apasionada por lograr que el tiempo que pasa en su hogar con la familia o los amigos sea más satisfactorio.”

TERESA JOHNSON | Gerente de distrito



Invirtiendo en el sueño americano. La vivienda que puede ver desde la calle es solo el principio de lo que nuestros clientes llaman hogar. Tras la puerta de entrada se encuentra un refugio familiar, un lugar para divertirse con los amigos y un lugar para enseñarle a los hijos a dar sus primeros pasos. Es con mayor frecuencia la inversión única más grande de una familia y, como resultado, las decisiones de mejoras para el hogar son mucho más que una adquisición impulsiva. Porque entendemos cuánto significa un hogar para nuestros clientes, estamos comprometidos a proporcionarles lo que necesitan exactamente la primera vez. Desde

la amplia variedad de productos que ofrecemos, a los servicios profesionales que multiplican el tiempo de nuestros clientes, queremos asegurarnos de que Lowe's sea la primera opción en sus necesidades de mejoras para el hogar.

A medida que Lowe's continúa su expansión en EE.UU., nuestras tiendas son un reflejo de los mercados que atienden. Desde los requisitos para techos especializados de nuestros clientes de los ranchos del suroeste, a las necesidades de organización en el hogar para ahorrar espacio de nuestros clientes en las típicas residencias metropolitanas, Lowe's realiza una amplia investigación en las necesidades de mejoras para el hogar de cada mercado y sigue trabajando con nuestros clientes, proveedores y empleados para ajustar nuestra oferta de productos y garantizar que todos los clientes encuentren exactamente lo que necesitan.

Dado que una base de clientes cada vez más diversa participa en el sueño americano de la casa propia, Lowe's se ha posicionado para ofrecer productos que les permitan a los clientes manifestar su individualidad a través de sus hogares. Desde las rosas Jackson & Perkins® que adornan los jardines frontales, a las terrazas personalizadas que proporcionan un refugio en el patio trasero, Lowe's se complace en ofrecer más de 40,000 productos en inventario y cientos de miles más mediante pedidos especiales, lo que permite que los hogares de nuestros clientes se conviertan en un reflejo de lo que son ellos mismos: únicos, individuales y diversos. Y con tantas opciones en todo el espectro de precios, los clientes pueden encontrar exactamente los productos que necesitan todos los días a precios bajos.



“Éste es
precisamente
el color.”



“Cuando se refiere a sus hogares, ya sea que necesiten algo tan pequeño como un tornillo para la bisagra o toda la puerta de entrada, nuestros clientes no se arriesgan. No lo ven como una elección para sus hogares; lo ven como una elección para sus familias. Todas las decisiones conllevan una pasión, impulsadas por el propio estilo personal y el sentido de la comodidad.”

LISMAN DOLPHY | Gerente de tienda, Alton, IL



Invirtiendo en la experiencia de compras ideal. En Lowe's, sabemos que el rojo porcelana no es lo mismo que el rojo vivo y existe más de un tono de diferencia entre casi el color adecuado y precisamente el color. Desde miles de colores de pintura a más de 250 aparatos en inventario, los clientes pueden encontrar exactamente lo que buscan en Lowe's. Y con varias salas de exposiciones bajo un mismo techo, es fácil para los clientes hacer algo más que comprar productos. Podrán encontrar soluciones completas para sus proyectos de mejoras para el hogar.

Desde el cliente comercial respaldado por un mostrador de servicio especial y empleados capacitados para manejar sus necesidades más complejas, a la principiante que comienza por sí misma su primer proyecto de mejoras para el hogar, nuestro objetivo es asegurarnos de que la experiencia de compras sea satisfactoria para todos los clientes. Pasillos amplios, iluminados, estantes bien abastecidos, señales direccionales simples y diseños de tienda organizados garantizan para los clientes una experiencia de compras sin comparación en la industria. Con un equipo de especialistas certificados dispuestos a asesorar a los clientes con preguntas acerca de las mejoras para el hogar, siempre contará con ayuda de empleados amables y experimentados.

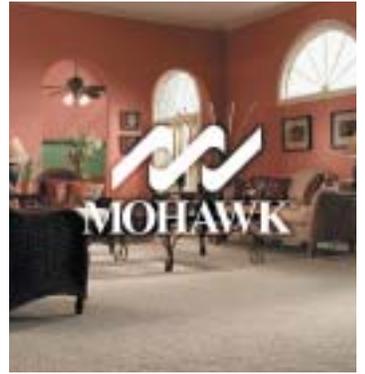
En el año 2003, Lowe's renovó su modelo de servicios de instalación y mejoró la experiencia para los clientes con poco tiempo o con tendencia a realizar grandes proyectos. Los clientes reciben directrices durante el proceso de instalación con plazos y expectativas claramente definidos. Cuando los instaladores certificados de Lowe's realizan el trabajo de instalación, los clientes reciben llamadas de seguimiento, y una vez que termina la instalación, se lleva a cabo una inspección en el lugar de trabajo para garantizar una satisfacción del 100% que los clientes esperan de Lowe's. Nuestros clientes se sienten seguros al saber que detrás del trabajo está una compañía con 58 años de experiencia en mejoras para el hogar.

Los clientes que buscan formas de expresar sus gustos únicos mediante productos que van más allá de lo que tenemos en nuestros estantes estarán fascinados con nuestro programa de ventas de pedidos especiales (SOS). Mediante mejoras tecnológicas, los clientes pueden ver los productos de pedidos especiales disponibles y sus características con relativa facilidad. Además, se actualizó el proceso de pedido para implementar los pedidos electrónicos, lo que brinda a empleados y clientes la oportunidad de controlar un pedido desde el momento en que se ejecuta hasta que se completa y se recibe. La nueva solución redujo notoriamente el índice de error en los pedidos especiales de carpintería y aumentó de forma significativa las ventas promedio en esa categoría. Basados en nuestro éxito con la carpintería, implementamos SOS Express a fines del 2003 para nuestra categoría de plomería decorativa, vinculando los sistemas SOS automatizados con las capacidades de distribución mejoradas. Las oportunidades adicionales para el uso de esta tecnología residen en los meses y años venideros, a medida que mejoremos los procesos en las categorías de productos adicionales.

Dado que estos ajustes a nuestro modelo de ventas con instalación incluida y al programa de pedidos especiales mejoran la experiencia de nuestros clientes, estamos seguros de que captaremos una porción más significativa de los mercados de instalación y pedidos especiales, agregando valor a nuestros accionistas.



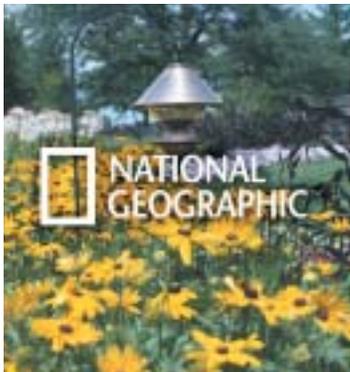
HITACHI



Jackson & Perkins®



KICHLER



“Esta es la marca en que confío.”



shop.vac®
BRAND



Husqvarna



KitchenAid

“Nuestros clientes le dirán, con respecto a las mejoras para el hogar, que las marcas nacionales de renombre significan calidad duradera y una decisión correcta inmediata.

Para nuestros clientes, es la diferencia entre una capa de pintura y tres capas. Es la diferencia entre un césped bonito y un césped envidiable.”

DEBBIE TEMPLE | Directora de mercaderías



Invirtiendo en lo que los clientes desean.

Del mismo modo, para los clientes minoristas y comerciales, la disponibilidad de productos de marca todos los días a precios bajos es una parte importante de la decisión de compra. En Lowe's, sabemos que nuestro éxito y el éxito de los productos que ofrecemos dependen de todos. Las alianzas estratégicas nos permiten mejorar nuestras ofertas con productos nuevos y exclusivos. Por ejemplo, nuestra relación con Pella®, un fabricante de carpintería conocido por sus exigentes normas y productos de calidad, comenzó con un programa centrado en puertas y ventanas de madera. La relación se expandió,

aprovechando el creciente mercado de las ventanas de vinilo al crear Thermastar®, una línea completa de ventanas de vinilo de calidad insuperable. Actualmente, trabajamos con rapidez para convertir cada tienda Lowe's en una tienda de Centro de diseño Pella, destacando la amplia línea de productos marca Pella que se adecuan a cada mercado que atendemos. Una asociación importante para Lowe's y Pella... creada a partir de una ventana de oportunidad.

A medida que Lowe's fortalece su marca mediante alianzas con destacadas marcas de EE.UU., podemos aumentar la conveniencia para nuestros clientes al ofrecer soluciones de mejoras para el hogar completas en un solo lugar. Los clientes podrán encontrar soluciones completas para exteriores, incluidos productos para el cuidado especial del césped Bayer Advanced™, equipos a motor para exteriores Cub Cadet® y Husqvarna®, una línea completa de las galardonadas rosas Jackson & Perkins®, muebles para exteriores Coleman® elegantes y duraderos, las potentes parrillas Jenn-Air® y los incomparables productos para observar aves de National Geographic™. Nuestras pinturas de primera calidad Signature Colors® ofrecen miles de colores, lo que permite a los clientes ponerle su sello a sus hogares, con paletas de diseñador con los nombres como Nickelodeon™ y Eddie Bauer® a Waverly®. Además, cubrimos todos los aspectos del hogar, incluidas las ofertas de los reconocidos diseños en iluminación de Kichler®, la innovación de los aparatos para el hogar KitchenAid® y Whirlpool®, la flexibilidad de las aspiradoras en húmedo y seco Shop-Vac® y la durabilidad de las herramientas y accesorios a motor Bosch y Hitachi.

Tenemos un profundo sentido de la apreciación, el respeto y la responsabilidad por las marcas que están a cargo nuestro, y nos concentramos en las necesidades de los clientes. Nuestra estrategia de ofrecer productos de mayor valor, junto con la garantía de precios bajos todos los días, asegura que tenemos las marcas apropiadas, productos inspiradores y una amplia gama de soluciones que satisfacen todos los presupuestos y gustos. En Lowe's sabemos que las herramientas que nuestros clientes necesitan van más allá de las que están en nuestros estantes. Nuestros clientes encontrarán en Lowe's las herramientas educativas que dan confianza para iniciar los proyectos. Semanalmente y en forma gratuita, los talleres “Cómo hacer” en cada tienda le ofrecen a los clientes la oportunidad de ampliar su conocimiento y desarrollar sus aptitudes para mejorar el hogar. Mediante clubes de afinidad como Lowe's Garden Club® (Club de jardinería de Lowe's) y Lowe's Woodworkers Club® (Club de trabajos en madera de Lowe's) los clientes reciben ofertas exclusivas, proyectos entretenidos y consejos durante el año sobre sus áreas de interés en particular, sin costo alguno para ellos. Además, la educación en mejoras para el hogar continúa en Internet en Lowes.com, con una Biblioteca práctica virtual que contiene abundante información disponible para nuestros clientes, de la revista *Creative Ideas*, para la instalación paso a paso y los procedimientos de remodelación. Ya sea que tengan necesidades simples o complejas, Lowe's está comprometido a invertir en lo que nuestros clientes desean.



“Ésta es la persona a quien le pido consejo y ayuda.”

“Es difícil describir el orgullo que siento cuando veo llegar a los clientes que denominamos “regulares”. Sé que tienen opciones y el solo hecho de que decidan volver una y otra vez, me dice que nuestros empleados están haciendo bien las cosas.”

MIKE HICKS | Gerente de distrito



Invirtiendo en nuestros empleados. Detrás de cada chaleco rojo, nuestros clientes pueden encontrar instrucciones, apoyo y consejos. En Lowe's nuestra cultura es el servicio y estamos comprometidos a darles a nuestros empleados las herramientas precisas para satisfacer las necesidades de los clientes. Además de una capacitación permanente y amplia, Lowe's mejoró su programa Customers First (Los clientes primero) el 2003, el cual está diseñado para definir la excelencia en el servicio y la ejecución de los aspectos básicos de la venta minorista. Aun cuando los precios bajos todos los días y los productos de calidad atraen a los clientes a nuestras tiendas,

es la gente y el nivel del servicio lo que hace que vuelvan nuevamente.

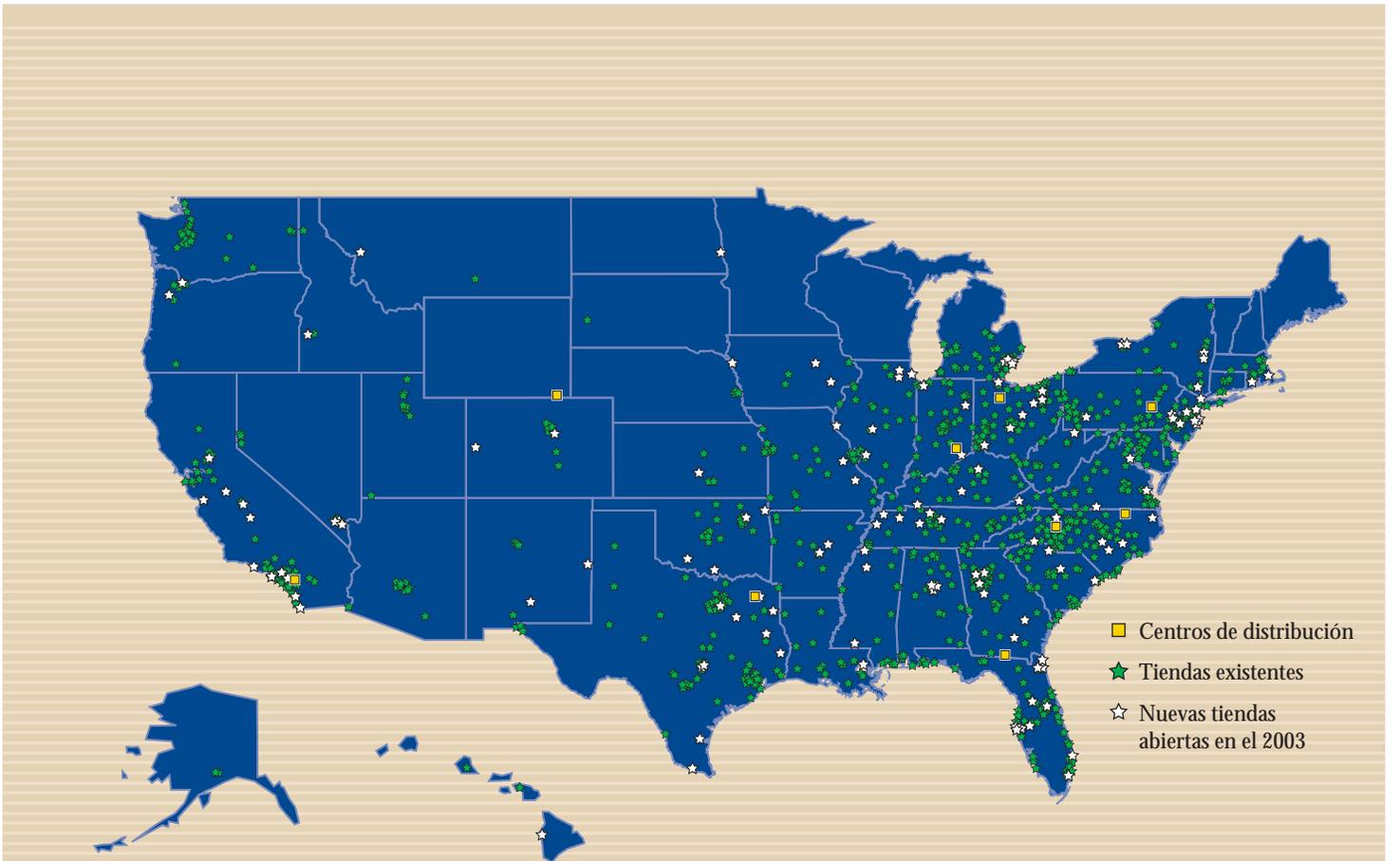
Nuestro personal es la base del éxito y el primer contacto con los clientes. Invertir en ellos es invertir en el éxito a largo plazo de Lowe's. Además de la compensación competitiva y las oportunidades adicionales, Lowe's ofrece a los empleados beneficios tales como un plan de compra de acciones, lo cual le da a los empleados la oportunidad de adquirir acciones de Lowe's con descuento y los anima a compartir la propiedad de la compañía. Mediante el plan de ahorros de retiro 401(k) de la compañía, contribuimos a que los empleados reciban una contribución inicial con la oportunidad de ganar una contribución por desempeño como gratificación por ayudar a Lowe's a lograr sus objetivos.

Lowe's anima a sus empleados para que crezcan con la compañía, y respalda este crecimiento con ayuda financiera para asistir a institutos y universidades, oportunidades de desarrollo ejecutivo y programas de capacitación gerencial. Nuestro programa de capacitación para gerentes de tienda, parte integral de nuestro desarrollo gerencial, busca cultivar a los gerentes de tienda del futuro, mediante exhaustivas sesiones de capacitación. Como parte del programa, Larry Stone y otros miembros del equipo gerencial ejecutivo de Lowe's participan de forma activa al proporcionar sus conocimientos a los futuros gerentes de tienda, lo que demuestra la importancia que Lowe's le da a la continuidad de la administración y a la entrega de conocimientos. Con una cultura de promoción desde la propia compañía, Lowe's tiene un conjunto de avezados talentos a la espera de su oportunidad para administrar una nueva tienda Lowe's.

En Lowe's la cultura es la dignidad, el respeto mutuo, el orgullo personal y la objetividad, lo cual fomenta un ambiente comprometido con la diversidad y la participación. A medida que nuestro personal crece, la comunicación abierta en toda la cadena sigue siendo un punto central, fomentada a través de nuestro boletín informativo mensual para los empleados, el *Lowedown*, compartiendo información pertinente de la compañía con todos los empleados. Mediante encuestas a los empleados y una política de puertas abiertas para la gerencia, invitamos a los empleados a compartir sus opiniones, ideas y sugerencias. La base que sostiene a Lowe's la conforman sus 147,000 empleados, y sigue creciendo. Proporcionando un servicio de primera clase a cada cliente, los empleados de Lowe's fomentan la innovación y contribuyen a optimizar el desempeño de la compañía.



“Aquí es donde vivo.”



Tiendas Lowe's: incluye inauguraciones de tiendas proyectadas para el ejercicio 2004

AK: 2	CA: 65	FL: 71	ID: 4	KY: 28	MI: 36	MT: 3	NJ: 28	OH: 67	RI: 3	TX: 93	WV: 14
AL: 29	CO: 14	GA: 49	IL: 24	LA: 20	MN: 1	NC: 77	NM: 8	OK: 21	SC: 34	UT: 9	WY: 1
AR: 13	CT: 6	HI: 3	IN: 36	MA: 14	MO: 24	ND: 2	NV: 10	OR: 9	SD: 1	VA: 47	
AZ: 16	DE: 5	IA: 9	KS: 9	MD: 21	MS: 14	NE: 3	NY: 31	PA: 47	TN: 43	WA: 24	
1,088											
TIENDAS											

“Cuando un vecino nuevo se muda junto a usted, creo que la reacción inicial de todos es la misma. Espera que sea amigable, cortés y que sea un aporte en la comunidad. Me emociona cada vez que anunciamos la apertura de una nueva tienda Lowe’s, porque somos precisamente ese tipo de vecino.”

JORGE RODRIGUEZ | Gerente de tienda, Bryan, TX



Invirtiendo en todo el país. Nos encontramos con nuestros clientes donde ellos viven. En sus vecindarios con nuevas tiendas; en sus hogares con un modelo de ventas con instalación incluida mejorado; y por Internet, con educación y compra de herramientas en Lowes.com. Hemos respondido al llamado para ser cada vez más convenientes con 130 tiendas nuevas en el 2003, expandiendo nuestro prototipo de 116,000 pies cuadrados en mercados metropolitanos y las tiendas de 94,000 pies cuadrados predominantemente en los mercados más pequeños de EE.UU. Aún existen increíbles oportunidades de crecimiento ... oportunidades que seguirán reforzando la posición de

Lowe's como una firma para comprar todo en un solo lugar para las mejoras en el hogar. Con una planificación de 140 tiendas para el 2004, seguiremos aumentando nuestra presencia en EE.UU., la penetración en el mercado y la conveniencia para nuestros clientes.

Para los clientes, la conveniencia significa más que una tienda cercana a sus hogares. Significa tener los productos exactos en el momento preciso, en los lugares adecuados y a los precios ideales. Y lo que nos permite cumplir nuestra promesa es parte de lo que la mayoría de los clientes de Lowe's jamás ve. Detrás de los estantes bien abastecidos con productos en las cantidades adecuadas para satisfacer las necesidades de los clientes existe una infraestructura de distribución que incluye una red de nueve modernos centros de distribución regionales, que nos permiten llevar los productos con eficiencia a cada tienda, independientemente de su ubicación. La distribución eficiente es la clave para atender de forma rentable los mercados pequeños, y es fundamental para hacer llegar los productos a los mercados mayores en grandes volúmenes para optimizar las ventas.

Y para los mercados que atendemos, somos más que una tienda de mejoras para el hogar. Somos un buen vecino. Durante el año, Lowe's respondió a más de 40 desastres naturales en 23 estados. Tras el huracán Isabel y los incendios arrasadores de California, Lowe's y sus empleados llevaron con urgencia suministros de auxilio para ayudar a las víctimas de los desastres. Mediante la combinación de un programa de donaciones de clientes de Lowe's, las contribuciones empresariales y el programa Lowe's Racing for Relief con el piloto del Equipo de Lowe's de la NASCAR Jimmie Johnson, Lowe's y sus clientes contribuyeron con más de \$580,000 en respuesta a estos dos desastres.

Como auspiciador asociado con Whirlpool Corporation en el Habitat for Humanity Jimmy Carter Work Project, Lowe's tuvo en impacto en las comunidades del sudeste, al donar aproximadamente \$375,000 para la construcción de más de 100 hogares. Y como continuación de su permanente apoyo, en el 2004, Lowe's donará \$2 millones para ayudar a las familias a cumplir el sueño de la casa propia, al unir fuerzas con Habitat en todo EE.UU. como el socio nacional del programa Women Build de Habitat.

Llevando a cabo la misión de Lowe's de mejorar las comunidades a las que atiende, Lowe's Charitable and Educational Foundation otorgó diez becas de \$100,000 en el 2003, donde seis de ellas se destinaron a sistemas de educación pública de preescolar a secundaria en EE.UU. Además, Lowe's se enorgullece de respaldar a la American Red Cross, el Home Safety Council, United Way of America y a diversas organizaciones y programas sin fines de lucro que ayudan a las comunidades a través de EE.UU. Lowe's también fomenta el trabajo voluntario a través del programa Lowe's Heroes, una iniciativa de trabajo voluntario abierta a todos los empleados de la compañía orientada a la seguridad en el hogar.

“Esta es mi tienda.”

“Lo que desea.”

Los hogares de nuestros clientes son una parte de sus sueños. Para convertir esos sueños en realidad se necesitan productos de calidad y marcas confiables. Con más de 40,000 productos en nuestras tiendas y cientos de miles más disponibles mediante nuestro programa de pedidos especiales, los distintos clientes tienen la libertad de expresar sus gustos únicos a través de sus hogares.



“Como lo desea.”

Los clientes vuelven a nuestras tiendas porque saben que si necesitan un corte preciso, una igualación de color exacta, una instalación profesional o un envío rápido, podrán encontrarlo en Lowe's a precios bajos, todos los días, garantizado.

“De la forma que lo desea.”

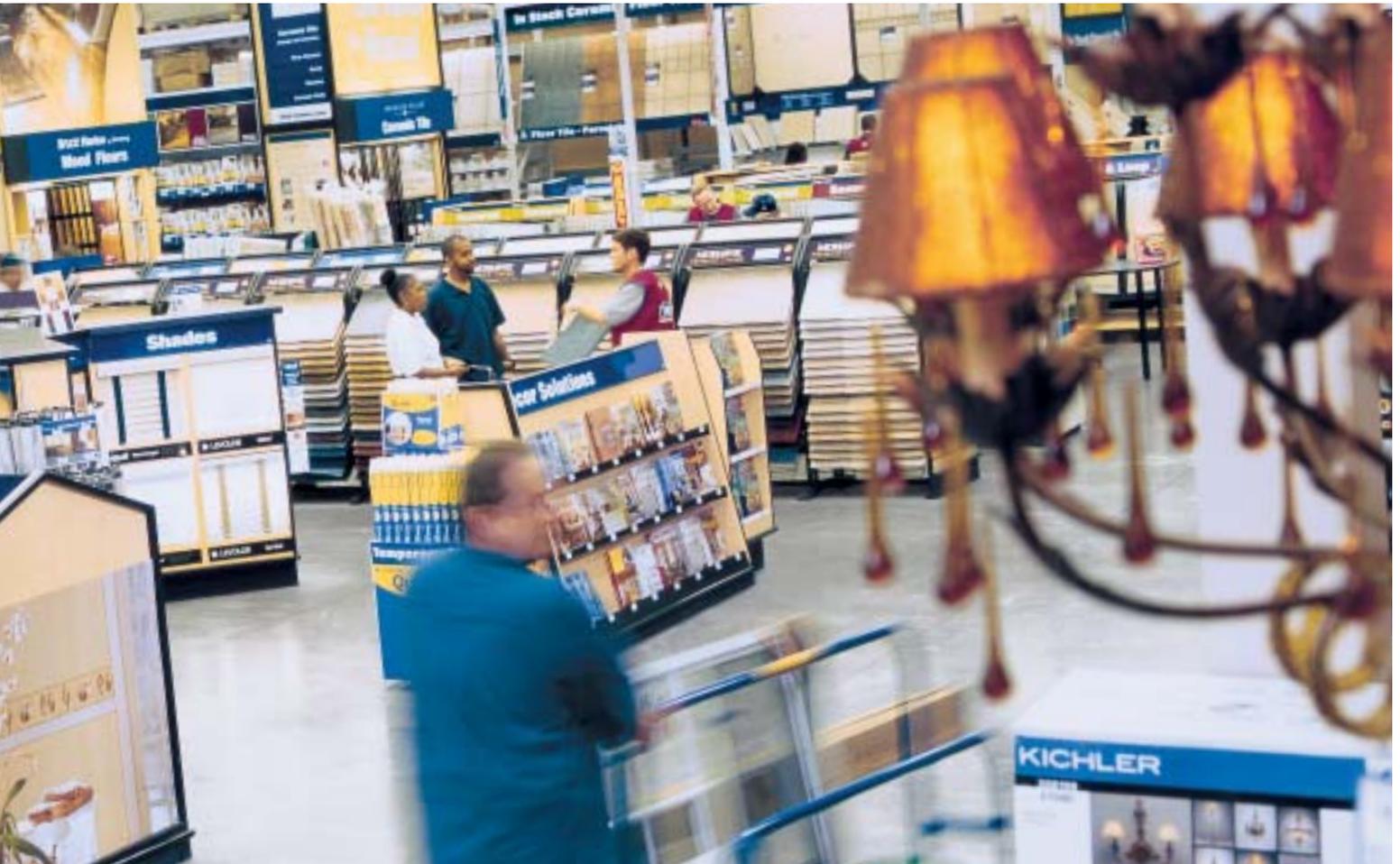
Conocemos la importancia de entregar algo más que productos, ya sea un cliente comercial apremiado por la hora o una familia que inicia un proyecto de remodelación mayor. Con tiendas bien abastecidas y organizadas y empleados experimentados que están listos para proporcionar al cliente un servicio de excelencia, Lowe's brinda una experiencia de compras sin comparación.

“Cuando lo desea.”

Con una moderna red de logística y distribución que puede reponer mercadería con rapidez, nuestros clientes encuentran estantes bien abastecidos con los productos que necesitan cuando los necesitan, en las cantidades adecuadas para sus trabajos.

“Donde lo desea.”

Con 130 tiendas nuevas en el 2003, seguimos encontrándonos con nuestros clientes donde ellos viven. Y la conveniencia va más allá de abrir nuevas tiendas. Continúa tanto dentro como fuera de nuestras tiendas con servicios de compras por Internet, diseños de proyectos por computadora, opciones de crédito convenientes y servicios de entrega disponibles los siete días de la semana.



Invirtiendo en nuestro futuro. Vemos en el horizonte una gran oportunidad para Lowe's. Nuestra expansión continúa con una planificación de 140 tiendas para 2004 y 150 para 2005. Además, seguiremos trabajando en pos del crecimiento dentro de nuestras categorías de productos existentes para ganar participación del mercado en el sector altamente fragmentado de las mejoras para el hogar.

Nuestra tecnología sigue evolucionando para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestra creciente base de clientes, y seguiremos buscando oportunidades para atender a los clientes con mayor eficiencia y eficacia, profundizando nuestra visión para ser la primera opción de nuestros clientes en mejoras para el hogar.

Como socio de venta minorista del año de ENERGY STAR®, Minorista de productos especializados más admirado de la revista FORTUNE® y auspiciador de diversas organizaciones y programas sin fines de lucro en todo EE.UU., asumimos con seriedad nuestra responsabilidad como ciudadano empresarial. Queremos seguir siendo buenos vecinos y ciudadanos socialmente responsables, abriendo plazas de trabajo en las comunidades y ofreciendo ayuda donde sea necesario.

Seguimos definiendo nuevas oportunidades para Lowe's a medida que evoluciona el panorama del sector de las mejoras para el hogar, pero existe una cosa que no cambiará... nuestra firme concentración en la atención a los clientes, asegurándonos de que cada uno sepa que es el cliente más importante de Lowe's.

Informe financiero 2003

- | | | |
|---|---|--|
| 18. Responsabilidad del nivel gerencial por los informes financieros. | 27. Balance de situación consolidado. | 39. Análisis trimestral del comportamiento. |
| 19. Exposición y análisis de la gerencia sobre la situación financiera y los resultados de las operaciones. | 28. Estados consolidados del capital propio. | 40. Comportamiento de las acciones, reestructuración accionaria y dividendos por acciones. |
| 25. Informe presentado por los auditores independientes. | 29. Estados consolidados de flujos de caja. | 41. Información financiera seleccionada. |
| 26. Estados de utilidades consolidados. | 30. Notas sobre los estados financieros consolidados. | 42. Historia financiera de los últimos 10 años. |

Responsabilidad del nivel gerencial por los informes financieros

El nivel gerencial de Lowe's es responsable de la preparación, integridad y presentación de los estados financieros publicados. Tales estados financieros se han preparado de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos de América y, como tales, incluyen montos provenientes de las mejores estimaciones y juicios de los gerentes. El nivel gerencial de Lowe's también prepara la información adicional incluida en la memoria anual y es responsable de su exactitud y coherencia con los estados financieros.

Los estados financieros de la Compañía han sido auditados por la consultora contable independiente Deloitte & Touche LLP, a quien se permitió un acceso irrestricto a todos los registros contables y datos relacionados con ellos. La Compañía entiende que todas las presentaciones realizadas ante los auditores independientes durante su trabajo fueron válidas y apropiadas. El informe de auditoría de Deloitte & Touche que se presenta aquí proporciona una opinión independiente sobre la objetividad de los estados financieros.

La Compañía tiene un sistema de control interno sobre los informes financieros diseñado especialmente para brindar al Directorio y a los gerentes de Lowe's una garantía razonable acerca de la preparación de estados financieros publicados fidedignos. El sistema incluye la distribución adecuada de responsabilidades, políticas y procedimientos establecidos, incluso un código de conducta que alienta un estricto ambiente ético, que se comunican a toda la Compañía, así como la selección cuidadosa, la capacitación y el desarrollo de su personal. Hay auditores internos que auditan el sistema de control interno y elevan los datos hallados y las recomendaciones pertinentes a los gerentes y al Directorio. Además, se adoptan medidas correctivas para subsanar las deficiencias y mejorar el sistema cada vez que resulta necesario. A través del comité de auditoría, el Directorio supervisa el proceso de preparación de informes financieros.



ROBERT L. TILLMAN
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO Y
DIRECTOR EJECUTIVO



ROBERT F. HULL, JR.
VICEPRESIDENTE PRIMERO Y
DIRECTOR FINANCIERO

Información con respecto a las previsiones acerca del futuro

Nuestro Informe anual habla de nuestro futuro, especialmente en la "Carta a los accionistas" y en la sección "Exposición y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones". Si bien creemos que nuestras expectativas son razonables, no hay garantías de un desempeño a futuro. Los resultados reales pueden diferir sustancialmente de las expectativas, por causas como las siguientes:

- * Nuestras ventas dependen de la salud económica del país, de las variaciones en la cantidad de casas nuevas construidas, del nivel de reparaciones, remodelación y anexos agregados a las casas ya existentes, de la actividad general del gremio de la construcción y de la disponibilidad y el costo del financiamiento. Un vuelco económico puede afectar las ventas porque buena parte de nuestras existencias se adquiere para proyectos discretos, que pueden demorarse. Además, en una perspectiva de corto plazo, el clima también puede influir sobre las ventas de algunos productos, como los de jardinería, la madera y los materiales para la construcción.
- * Nuestra estrategia de expansión puede verse afectada por reglamentaciones ambientales, por zonificaciones y demoras locales, por la disponibilidad y el desarrollo de la tierra y por disposiciones más restrictivas sobre el uso de la tierra que las existentes hasta ahora, así como por la disponibilidad de mano de obra suficiente para facilitar nuestro crecimiento.
- * Muchos de nuestros productos, como madera y enchapados, son mercancías cuyos precios fluctúan erráticamente dentro de un ciclo económico.
- * Nuestro negocio es muy competitivo y, a medida que nos expandimos hacia mercados más grandes y hacia la Internet, es posible que debamos enfrentar nuevas formas de competencia que no existen en los mercados que hemos atendido hasta ahora.
- * La posibilidad de continuar con nuestra estrategia diaria de ofrecer precios competitivos y proporcionar los productos que el cliente desea depende de que nuestros proveedores puedan suministrarlos las cantidades de mercancías necesarias a precios competitivos y de nuestra capacidad para administrar efectivamente nuestro inventario.
- * Nuestro compromiso por aumentar la participación de mercado y mantener los precios bajos requieren de parte nuestra una inversión sustancial en tecnología y procesos nuevos, cuyos beneficios pueden demorar más de lo esperado y puede haber dificultades en su implementación.

Exposición y análisis de la gerencia sobre la situación financiera y los resultados de las operaciones

Esta exposición resume los factores significativos que afectaron los resultados operativos consolidados de la Compañía, su condición financiera, liquidez y recursos de capital durante el período de tres años que finalizó el 30 de Enero de 2004 (es decir, los ejercicios 2003, 2002 y 2001). Cada uno de los ejercicios presentados contiene 52 semanas de ventas y gastos. Esta exposición debe leerse conjuntamente con los estados financieros y las notas anexas a este informe anual.

Durante el cuarto trimestre del ejercicio 2003, la Compañía vendió 26 instalaciones concentradas en productos que operaban con el nombre The Contractor Yard (los "Contractor Yards"). Esta venta se llevó a cabo para que la Compañía mantuviera su concentración en la venta minorista y las empresas. De acuerdo a la norma SFAS N°144, "Contabilidad del deterioro o la eliminación de activos de larga vida", la Compañía informó de los resultados de las operaciones de Contractor Yards como operaciones discontinuadas para los ejercicios 2003, 2002 y 2001.

Perspectiva general ejecutiva.

Lowe's atiende aproximadamente a 10 millones de clientes a la semana en más de 950 tiendas de mejoras para el hogar en 45 estados. La visión de Lowe's es ser la primera opción del cliente en mejoras para el hogar en todos los mercados que atiende. Para ello, Lowe's se concentra en ganar la lealtad del cliente, diferenciándose de la competencia. La estrategia actual de Lowe's es lograr esta visión mediante el servicio al cliente de excelencia, todos los días precios bajos (EDLP, por sus siglas en inglés), expansión continua, desarrollo de la infraestructura adecuada para respaldar el crecimiento, retención de sus mejores empleados, estrategias de mercadeo innovadoras e iniciativas de ventas especializadas lo que abarca las ventas de productos con instalación incluida, los clientes comerciales y las ventas por pedidos especiales.

Estas estrategias comprenden una variedad de iniciativas que impulsan el desempeño actual de Lowe's, las que contribuyeron en forma colectiva al aumento de 6.7% de las ventas comparables en tiendas de la compañía para el ejercicio 2003. Otros factores que influyeron en el desempeño de ventas de Lowe's 2003 incluyen una fuerte demanda avivada por el compromiso de sus clientes de invertir en sus hogares, complementado por un sólido mercado de viviendas y un aumento del ingreso disponible ayudado por una reducción de las tasas de retención de impuesto a las ganancias individuales y descuentos en el impuesto a las ganancias. El aumento de los precios mayoristas de la madera y enchapados, lo que originó mayores precios minoristas de estos productos, también contribuyó al incremento de las ventas comparables en tiendas.

A pesar de las inquietudes sobre el efecto de posibles aumentos en las tasas de interés en el mercado de las mejoras para el hogar, la solidez en el mercado de la vivienda ha continuado. Las tasas hipotecarias siguieron bajas, lo que mantuvo la compra de viviendas asequible y la demanda estable. La confianza de los clientes ha aumentado, lo cual contribuirá a un mayor crecimiento según la gerencia. Además, el Home Improvement Research Institute prevé un crecimiento promedio de la industria cercano al 5% al año durante los próximos años.

Iniciativas que impulsan el desempeño La compañía cree que la estrategia de EDLP y su garantía de precios bajos incrementa la afluencia de clientes comerciales y propietarios de viviendas, lo que

provoca un aumento en las ventas. Lowe's puede mantener su compromiso de EDLP principalmente al controlar los costos de inventario. La Compañía utiliza revisiones de líneas de productos y sus oficinas de abastecimiento global en Asia y otras partes del mundo para mejorar los márgenes y aun así proporcionar a los clientes el valor que esperan de Lowe's.

Para garantizar que Lowe's satisfaga las necesidades de sus clientes, desde los puntos de precios de apertura hasta los productos de primera calidad, la Compañía lleva a cabo estrictas revisiones de líneas de productos. Las revisiones de líneas de productos implican una investigación de mercado exhaustiva, colaboración con los proveedores e información de los equipos multifuncionales para identificar los surtidos, selección, marcas y exhibidores óptimos, así como también las formas de reducir los costos. Mediante el proceso de revisión de línea de productos, Lowe's ha identificado áreas en las cuales los clientes han expresado un deseo por productos que sean más exclusivos, de mayor calidad o que proporcionen más opciones de las que puede ofrecer un producto con punto de precio de apertura. Para satisfacer este deseo de los clientes, Lowe's implementó su estrategia de ofrecer mayor calidad para una variedad de productos, lo que implica contar con más opciones de productos en la zona media y el extremo superior de un rango de precios. Esta iniciativa da como resultado mayores márgenes operativos, lo que se define como el margen bruto menos los gastos por ventas, generales y administrativos (SG&A) y la depreciación, para la Compañía. Gracias a esta iniciativa, Lowe's está captando una parte cada vez mayor del mercado del estrato superior, el cual ha crecido sustancialmente en los últimos años. Basado en el éxito que la Compañía ha tenido hasta la fecha con esta iniciativa en casi todas las categorías de productos, la gerencia cree que ofrecer productos de mayor calidad es la estrategia adecuada para que Lowe's siga aprovechando esta tendencia y aumente sus ventas comparables en tiendas.

La investigación de mercado realizada durante las revisiones de líneas de productos también ha llevado a la Compañía a concentrarse en su diferenciación de la competencia, mediante marcas nacionales valoradas. La estrategia de marcas de Lowe's está diseñada para crear la marca Lowe's con rapidez, eficiencia y eficacia, al ofrecer a sus clientes las marcas nacionales más conocidas y respetadas. Estas son marcas que los clientes de Lowe's valoran y les tienen confianza, y cada vez más incluyen marcas exclusivas de Lowe's.

A medida que los proyectos que los clientes realizan por sí mismos avanzan más a los que requieren instalación, Lowe's apunta a tres áreas de ventas especializadas clave: ventas de productos con instalación incluida, los clientes comerciales y las ventas por pedidos especiales. La Compañía se está avocando a estas áreas porque sus clientes comerciales conforman una parte importante de los servicios de remodelación que requieren instalación. Actualmente Lowe's ofrece diversos servicios de instalación, dirigidos a tres categorías principales: cocina (gabinetes, aparatos y superficies), pisos y productos para carpintería. La meta de Lowe's con todos los proyectos con instalación incluida es lograr que el proceso sea lo más fácil posible para los clientes. Para realizar esto y mantener el ritmo de crecimiento constante en las ventas de productos con instalación incluida, Lowe's ha estado trabajando para crear un modelo escalable para perfeccionar sus servicios y mejorar la experiencia del cliente. La Compañía espera que este modelo esté disponible en todas las tiendas Lowe's a fines del ejercicio 2004.

En lo que se refiere a clientes comerciales, Lowe's se orienta a los profesionales que atienden las necesidades de los propietarios de viviendas. Entre estos profesionales se incluyen remodeladores, pequeños constructores, administradores de mantenimiento y de propiedad y oficios de especialidades, como electricistas, plomeros y jardineros paisajistas. Lowe's también desea posicionarse como una alternativa a las casas de suministro tradicionales y apoyar las principales fortalezas del negocio para levantar la empresa. Estas fortalezas incluyen conveniencia, facilidad para encontrar los productos, la estrategia de EDLP y programas de crédito comercial especializado. La Compañía cree que el aumento de las ventas a los clientes comerciales ofrece la oportunidad para incrementar las ventas generales y desarrollar una base de clientes más leales.

Actualmente Lowe's ofrece cientos de miles de productos por pedidos especiales. Las ventas de estos productos han seguido superando el crecimiento de las ventas en general de la Compañía. En el 2003 Lowe's se concentró en el desarrollo de nueva tecnología que le permitiera a la Compañía agregar y mantener de manera eficaz y eficiente las opciones de pedidos especiales para sus clientes. La Compañía creó una herramienta de ventas electrónica que automatiza los procesos de configuración, pedido, ejecución y reposición para los pedidos especiales, reduce los errores y el tiempo de preparación y mejora la visibilidad. Además, el sistema clasificará otros artículos que los clientes pueden necesitar para llevar a cabo su proyecto, lo que debe mejorar la satisfacción del cliente y aumentar las ventas promedio.

Potencial de expansión y crecimiento La gerencia considera que existe una oportunidad para el crecimiento continuo de Lowe's a medida que la Compañía haga avanzar la expansión de la tienda concentrada en los principales mercados metropolitanos. Estos mercados metropolitanos, los que la Compañía define como poblaciones superiores a 500,000 habitantes, representan una oportunidad no explotada para Lowe's. En el ejercicio 2003, Lowe's inauguró sus primeras tiendas en el mercado metropolitano de Chicago y también ha anunciado sus planes para abrir tiendas nuevas en otros mercados metropolitanos. Además, Lowe's aumentó su número de tiendas en Florida y California, dos de los estados de crecimiento más rápido en EE.UU.

Mientras los planes de crecimiento de Lowe's se orientan cada vez más hacia las áreas metropolitanas mayores, la Compañía continúa la expansión en los mercados menores. Como resultado, los planes de inauguración de tiendas de Lowe's incluyen dos prototipos: una tienda de 116,000 pies cuadrados (116 mil) para los principales mercados metropolitanos y una tienda de 94,000 pies cuadrados (94 mil) destinada principalmente a atender mercados más pequeños. Este prototipo menor proporcionará cientos de oportunidades para tiendas adicionales en mercados pequeños en todo EE.UU. La tienda incluye un espacio de venta minorista de 94,000 pies cuadrados, más un centro de jardinería de aproximadamente 26,000 pies cuadrados, y tiene la misma apariencia y sensación que las tiendas mayores de Lowe's. En la tienda de 94 mil, Lowe's tiene un servicio consolidado en diversos departamentos y su inventario tiene un 20% menos de SKUs que en las tiendas de 116 mil. Aunque hay menos SKUs, la tienda de 94 mil aún ofrece un sólido surtido con una combinación razonable de puntos de precios de apertura a productos de primera calidad. Para los artículos que no se encuentran en la tienda de 94 mil, están disponibles las opciones de pedidos especiales para satisfacer las necesidades de los clientes. La expansión a estos mercados menores ha sido posible gracias a las capacidades logísticas y de distribución de Lowe's que permiten a la Compañía suministrar productos con rapidez y eficiencia para estas tiendas.

Actualmente, la Compañía tiene nueve centros de distribución regional ubicados en todo EE.UU. y tiene planes de abrir un nuevo

centro el 2004 y otro el 2005. Además, la Compañía tiene nueve centros de distribución de superficie plana para almacenar y distribuir productos de larga duración como madera, enchapados, escaleras y tuberías. La entrega de estos productos en camiones de plataforma permite que los empleados de las tiendas los descarguen rápidamente. Para respaldar los planes de expansión de las tiendas Lowe's, la Compañía tiene proyectado abrir tres nuevos centros de distribución de superficie plana el 2004.

La Compañía espera abrir 140 tiendas nuevas el 2004 (incluidas aproximadamente cuatro reubicaciones), con lo que aumenta la superficie total de pies cuadrados en aproximadamente un 14%. Para administrar esta expansión, la Compañía está agregando dos divisiones más en el ejercicio 2004, con lo que el total de divisiones llega a cinco. Con la inclusión de estas dos divisiones, Lowe's aumentará su número de regiones de 19 a 22 y su número de distritos de 135 a 150. El objetivo de Lowe's es mantener una proporción de aproximadamente 7 a 8 tiendas por administrador de distrito y un 50% a 60% por vicepresidente regional. Lo anterior concuerda con el compromiso de Lowe's por asegurar que sus tiendas estén llevando a cabo los planes y programas de la Compañía por seguir aumentando la participación de mercado y satisfacer mejor a los clientes con mayor conveniencia, mediante la apertura de nuevas tiendas y una infraestructura que respalde el crecimiento.

Además, Lowe's sigue concentrado en el mejoramiento de la gerencia en sus tiendas. Como resultado, en el 2003, Lowe's cambió la estructura de gerencia en sus tiendas para proporcionar a los gerentes de tienda un equipo gerencial más organizado y ofrecerle a los empleados nuevas oportunidades de carrera. Lowe's cree que este enfoque en el mejoramiento gerencial ayudará a atraer y retener a los mejores empleados.

Estimaciones y políticas contables fundamentales.

A continuación presentamos una exposición y un análisis de los resultados de las operaciones y la situación financiera basados en los estados financieros que se prepararon de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos de América. La preparación de estos estados financieros requiere que la gerencia haga estimaciones que afectan los montos declarados de activos, pasivos, ingresos y gastos y las divulgaciones relacionadas de activos y pasivos contingentes. La Compañía basa estas estimaciones en los resultados históricos y en otras presunciones que se consideran razonables, cuyos resultados constituyen la base para realizar estimaciones acerca del valor contable de activos y pasivos que no pueden obtenerse fácilmente de otras fuentes. Los resultados reales pueden ser diferentes de estas estimaciones.

Las políticas contables significativas de la Compañía se describen en la Nota 1 anexa a los estados financieros consolidados. La gerencia cree que las siguientes políticas contables afectan las estimaciones más significativas utilizadas en la preparación de los estados financieros consolidados.

Inventario de mercaderías La Compañía registra una reserva de inventario para la pérdida asociada a la venta de inventarios discontinuos a precios inferiores al costo. Esta reserva se basa en el conocimiento actual de la gerencia con respecto a los niveles de inventario, las tendencias en las ventas y la experiencia histórica con relación a la liquidación de inventarios discontinuos. La gerencia no cree que los inventarios de mercadería de la Compañía estén sujetos a un riesgo significativo de obsolescencia a corto plazo; asimismo, la gerencia tiene la habilidad de ajustar sus prácticas de compras con base en las tendencias de ventas anticipadas y las condiciones económicas

generales. Sin embargo, los cambios en los patrones de compra de los consumidores pueden dar como resultado la necesidad de reservas adicionales. La Compañía también registra una reserva de inventario para la merma estimada entre inventarios físicos. La reserva se basa principalmente en los resultados reales de la merma de inventarios físicos anteriores. Los cambios en los resultados reales de la merma de inventarios físicos completos pueden dar como resultado revisiones de gastos de merma estimados previamente. La Gerencia cree que cuenta con conocimientos actuales e históricos suficientes para registrar estimaciones razonables para estas dos reservas de inventario.

Fondos de proveedores La Compañía recibe fondos de proveedores durante el curso normal de las operaciones por diversos motivos, incluyendo descuentos por volumen de compra, pagos por mercadería defectuosa, pagos por publicidad, reembolsos por gastos de ventas, exhibidores y costos relacionados con servicio de terceros en la tienda. La gerencia utiliza las proyecciones de volúmenes de compra para determinar los índices de utilidades, valida estas proyecciones sobre la base de las tendencias de compra reales e históricas y aplica esos índices a los volúmenes de compra reales para determinar el monto de los fondos percibidos por la Compañía y las cuentas a cobrar del proveedor. Los montos percibidos pueden verse afectados si los volúmenes de compra reales difieren con los proyectados. Históricamente, la Compañía ha tratado las rebajas por volumen o los descuentos como una reducción del costo de inventario y los reembolsos de gastos operativos recibidos de proveedores como una reducción de esos gastos específicos. El tratamiento contable histórico de la Compañía para estos fondos proporcionados por los proveedores es coherente con la norma Emerging Issues Task Force (EITF) 02-16 "Registro contable por parte de un cliente (incluyendo un revendedor) por ciertas retribuciones recibidas de un proveedor" con la excepción de ciertos pagos por publicidad cooperativa y servicio de terceros en la tienda cuyos costos son cubiertos en última instancia por los proveedores. En el pasado, la Compañía ha tratado los pagos por publicidad cooperativa y los fondos por servicios en la tienda como una reducción del gasto relacionado. De acuerdo con la norma EITF 02-16 los pagos por publicidad cooperativa y los fondos por servicios en la tienda deben tratarse como una reducción del costo de inventario a menos que representen un reembolso de costos específicos, incrementales e identificables incurridos por el cliente para vender el producto del proveedor. Los fondos por publicidad cooperativa y por servicios en la tienda que la Compañía recibe no cumplen con los criterios específicos, incrementales e identificables de EITF 02-16. Por lo tanto, para los acuerdos de fondos por publicidad cooperativa y por servicios en la tienda de terceros realizados después del 31 de diciembre de 2002, que era la fecha efectiva de la provisión relacionada de EITF 02-16, la compañía trata estos fondos como una reducción del costo de inventario y reconoce estos fondos como una reducción del costo de ventas cuando se ha vendido el inventario. No hay efecto en las fechas cuando los fondos se reciben de proveedores o son los flujos de caja asociados, pero sí hay un efecto en las fechas de reconocimiento de las ganancias. Este cambio contable no tuvo un efecto importante en los resultados financieros del ejercicio 2003, dado que básicamente todos los pagos por publicidad cooperativa y los acuerdos de fondos por servicios en la tienda para el ejercicio 2003 se realizaron con posterioridad al 31 de diciembre de 2002. La Compañía estima que este cambio de una sola vez en el registro contable reducirá las utilidades por acción del ejercicio 2004 en aproximadamente \$0.13 por acción.

Autoseguro La Compañía cuenta con un autoseguro para determinadas pérdidas relacionadas con reclamos por compensación de trabajadores, vehículos, así como reclamos generales y relativos a productos. Los reclamos de autoseguro presentados o los reclamos

incurridos pero no informados se acumulan de acuerdo con las estimaciones de la gerencia con relación al pasivo acumulado descontado por reclamos incurridos no asegurados usando suposiciones actuariales seguidas en la industria del seguro y la experiencia histórica. Estas estimaciones están sujetas a cambios en la nómina de pagos, ventas y unidades vehiculares, así como la frecuencia y gravedad de los reclamos. Si bien la gerencia considera que tiene la habilidad para registrar adecuadamente las pérdidas estimadas relativas a reclamos, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados.

Operaciones.

Las utilidades netas para el 2003 aumentaron un 28% hasta alcanzar \$1,900 millones o 6.1% de las ventas contra \$1,500 millones o 5.6% de las ventas para el 2002. Las utilidades netas para el 2002 aumentaron un 44% hasta alcanzar \$1,500 millones o 5.6% de las ventas contra \$1,000 millones o 4.7% de las ventas para el 2001. Las utilidades diluidas por acción fueron de \$2.34 para el 2003, comparado con \$1.85 para el 2002 y \$1.30 para el 2001. La rentabilidad de los activos iniciales, definida como las utilidades netas divididas por el total de activos iniciales, fue de 11.7% para el 2003, comparado con 10.7% para el 2002 y 9.0% para el 2001, y la rentabilidad del capital propio inicial, definida como las utilidades netas divididas por el capital propio inicial, fue de 22.6% para el 2003, comparado con 22.0% para el 2002 y 18.6% para el 2001. La rentabilidad del capital invertido, definida como las utilidades netas más el interés después de pagar los impuestos divididas por la suma de la deuda y el capital inicial, fue de 16.5% para el 2003, comparado con 15.1% para el 2002 y 13.8% para el 2001.

Los montos de las ventas son de las operaciones continuas y no incluyen las ventas de las ubicaciones Contractor Yard. La Compañía registró ventas por \$30.8 mil millones en el 2003, lo cual significa un aumento del 18% con respecto a las ventas del 2002, que alcanzaron los \$26.1 mil millones. Las ventas del 2002 fueron un 20% más altas que las del 2001. El aumento de las ventas puede atribuirse al programa de expansión y reubicación constante de tiendas de la Compañía, y al aumento en las ventas comparables en tiendas. Las ventas comparables en tiendas aumentaron un 6.7% el 2003, en comparación con el 5.8% del 2002. Las ventas promedio aumentaron un 4%, de \$56.80 en el 2002 a \$59.21 en el 2003, debido en parte al éxito de la iniciativa de proporcionar productos de mayor calidad, así como también los programas de crédito de Lowe's.

El aumento en ventas comparables en tiendas el 2003 se debió principalmente a la mejora en las ventas en todas las categorías de mercaderías por las iniciativas descritas anteriormente. Durante el año, la Compañía experimentó los aumentos de ventas más fuertes en madera, materiales de construcción, equipos eléctricos para exteriores, pintura, pisos y organización del hogar. Los principales aparatos para el hogar siguen teniendo un buen desempeño e incluso superan el aumento en las ventas comparables en tiendas promedio de la Compañía. Además, la carpintería, ferretería, paredes y ventanas, viveros y gabinetes tuvieron un rendimiento cercano al aumento promedio de las ventas en tiendas comparables de la empresa en general. Las ventas comparables en tiendas fueron positivas en cada categoría de producto y en todas las regiones geográficas, en parte debido a la implementación de las estrategias de mercadeo y de operaciones analizadas anteriormente. La Compañía experimentó una ligera inflación en los precios de maderas y materiales de construcción durante el año, lo cual tuvo un efecto positivo en las ventas en tiendas comparables en 50 puntos de base. En la tabla siguiente se presenta la información relativa a ventas comparables en tiendas, sin incluir las operaciones discontinuadas:

	2003	2002	2001
Ventas (en millones de dólares)	\$30,838	\$26,112	\$21,714
Incremento de las ventas	18%	20%	18%
Incremento en las ventas comparables de las tiendas	6.7%	5.8%	2.5%
Venta promedio	\$ 59.21	\$ 56.80	\$ 55.05
Aumentos en las ventas promedio	4%	3%	2%
Al finalizar el año:			
Tiendas	952	828	718
Superficie de tiendas (en millones de pies cuadrados)	108.8	94.7	80.7
Tamaño promedio de una tienda (en miles de pies cuadrados)	114	114	112

El margen bruto en el año 2003 fue del 31.2% de las ventas, contra un 30.4% el 2002. Estos dos años significaron una mejora con respecto al 29.0% alcanzado el 2001. Los incrementos del margen bruto no fueron impulsados por precios más altos, sino por la reducción en los costos de adquisición del inventario. Estos menores costos se debieron en parte al proceso de revisión de líneas de productos, el cual quita los costos de la cadena de suministro, así como también el uso de las oficinas de abastecimiento de la Compañía para importar productos cuando es posible. Una reducción en la merma del inventario como porcentaje de las ventas de los tres años presentados también contribuyó al aumento del margen. Del 2002 al 2003, la reducción en la merma del inventario provocó un aumento de 14 puntos de base en el margen bruto.

Los gastos por ventas, generales y administrativos ascendieron a \$5,500 millones o 18.0% de las ventas durante el año 2003. En los dos años anteriores, los mismos gastos fueron de \$4,700 millones y \$3,900 millones o 17.9% y 17.8% de las ventas, respectivamente. Durante el año 2003, los gastos por ventas, generales y administrativos aumentaron un 19%, mientras que las ventas aumentaron un 18%. Durante el año 2002, los gastos por ventas, generales y administrativos aumentaron un 21%, mientras que las ventas aumentaron un 20%. Durante el año 2001, los gastos por ventas, generales y administrativos aumentaron un 17%, mientras que las ventas aumentaron un 18%. El aumento en los gastos por ventas, generales y administrativos como porcentaje de las ventas durante el año 2003 se debió principalmente al gasto de compensación de acciones registrado como resultado de la adopción de las disposiciones de reconocimiento del valor razonable de la norma SFAS N°123, "Contabilidad de compensación basada en acciones", posiblemente para todas las adjudicaciones a los empleados otorgadas o modificadas después del 31 de enero de 2003. El aumento en los gastos por ventas, generales y administrativos como porcentaje de las ventas durante el año 2002 se debió principalmente a un aumento de salarios en las tiendas, combinado con un aumento en los niveles de logro de bonificación a causa del aumento en las ganancias. La disminución en los gastos por ventas, generales y administrativos como porcentaje de las ventas en 2001 se debió principalmente a los controles de gastos en los costos de nómina y publicidad.

Los costos de apertura de tiendas, imputados como gastos a medida que se produjeron, fueron de \$128 millones en el año 2003, en comparación con \$129 millones y \$140 millones en el 2002 y 2001, respectivamente. Estos costos están relacionados con la apertura de 130 tiendas durante el 2003 (125 nuevas y 5 reubicadas). Comparativamente, en el 2002 se abrieron 123 tiendas (112 nuevas y 11 reubicadas) y en el 2001, 115 tiendas (101 nuevas y 14 reubicadas). Como los costos de apertura de tiendas se imputan como gastos a medida que se producen, los gastos reconocidos pueden fluctuar con base en las fechas de apertura de tiendas en períodos futuros o anteriores. Los costos de apertura de tiendas expresados como un porcentaje de las ventas fueron del 0.4% en el 2003, en comparación con el 0.5% y el 0.6% en los años 2002 y 2001, respectivamente. El costo promedio de apertura de tiendas fue de aproximadamente \$1.0 millón por tienda en el 2003 y 2002, y de \$1.2 millones en el 2001.

La depreciación, reflejo de la permanente expansión, creció un 22% y llegó a \$758 millones durante el 2003, en comparación con incrementos del 21% y del 26% en el 2002 y 2001, respectivamente. La depreciación como porcentaje de las ventas fue del 2.5% para el año 2003, lo que representa un pequeño aumento con respecto al 2.4% del año 2002 y 2001. Aproximadamente el 95% de las tiendas nuevas abiertas en los últimos tres años son propias. Los bienes inmuebles, menos depreciación acumulada, aumentaron a \$11.9 mil millones al 30 de enero de 2004, en comparación con \$10.4 mil millones al 31 de enero de 2003. El incremento de los bienes inmuebles se debe principalmente al programa de expansión de tiendas y al aumento en la capacidad de distribución.

Los costos de intereses netos como porcentaje de las ventas fueron de 0.6% para el 2003, 0.7% para el 2002 y 0.8% para el 2001. Los costos de intereses netos alcanzaron \$180 millones durante el 2003, \$182 millones el 2002 y \$174 millones el 2001. Los costos de intereses han disminuido debido a menores niveles de deuda como resultado de pagos de deuda programados. Los costos de intereses relacionados con arrendamientos de capital fueron de \$40 millones durante el 2003 y 2002 y de \$41 millones durante el 2001. Remítase al comentario sobre liquidez y recursos de capital incluido más adelante.

Las tasas efectivas de impuestos a las ganancias de la Compañía fueron del 37.9%, 37.6% y 37.0% en los años 2003, 2002 y 2001, respectivamente. Las tasas más altas se relacionan con la expansión hacia estados cuyas tasas de impuesto a las ganancias son más elevadas.

Condición financiera, liquidez y recursos de capital.

La tabla que se encuentra a continuación resume las obligaciones contractuales y los compromisos comerciales significativos de la Compañía.

Contractuales Obligaciones (En millones de dólares)	Vencimiento de pagos por período				
	Total	Menos de 1 año	1-3 años	4-5 años	Después de 5 años
Deuda a largo plazo					
(neto de descuento)	\$ 3,773	\$ 54	\$ 616	\$ 67	\$ 3,036
Obligaciones por					
arrendamiento de capital	770	60	120	118	472
Arrendamientos operativos	3,220	225	438	432	2,125
Obligaciones de compra ¹	105	105	-	-	-
Total contractuales					
Obligaciones en efectivo	\$ 7,868	\$ 444	\$ 1,174	\$ 617	\$ 5,633

¹Representa los contratos de adquisiciones de propiedades y construcción de edificios.

Las fuentes primarias de liquidez son los flujos de caja provenientes de actividades de explotación. El efectivo neto generado por las actividades de explotación de las operaciones continuas fue de \$3,000 millones en 2003, en comparación con \$2,700 millones y \$1,600 millones en 2002 y 2001, respectivamente. El aumento de efectivo generado por las actividades de explotación durante 2003 se debió principalmente al aumento de las utilidades netas. El aumento de efectivo generado por las actividades de explotación durante 2002 se debió principalmente al aumento en las utilidades netas, a la ventaja de la mejora en las cuentas a pagar debido a mejores rotaciones de inventario y a un aumento en los pasivos de explotación principalmente a causa del aumento en el volumen de ventas. El capital circulante al 30 de enero de 2004 era de \$2,300 millones en comparación con \$2,000 millones al 31 de enero de 2003.

El principal componente del efectivo neto usado en las actividades de inversión de las operaciones continuas sigue siendo las tiendas nuevas y la infraestructura para apoyar este desarrollo. Las adquisiciones de activos fijos en efectivo fueron de \$2,400 millones en el 2003 y el 2002. En comparación, en el 2001 fueron de

\$2,200 millones. La superficie de ventas minorista de 108.8 millones de pies cuadrados al 30 de enero de 2004 aumentó 15% respecto de la superficie de ventas al 31 de enero de 2003. La superficie de ventas total de 94,7 millones de pies cuadrados al 31 de enero de 2003 representó un aumento del 17% con respecto al 1 de febrero de 2002.

El flujo de caja por actividades financieras proveniente de las operaciones continuas alcanzó \$17 millones en el 2003, en comparación con \$64 millones en el 2002. El flujo de caja generado por actividades financieras fue de \$929 millones en 2001. Los usos de efectivo para financiación en el 2003 consistieron principalmente en \$87 millones provenientes de pagos de dividendos en efectivo, \$50 millones de pago de préstamos a corto plazo y \$29 millones de pagos de deudas programados. Estos usos se compensaron parcialmente con ingresos generados por el ejercicio de opciones de acciones por un total de \$97 millones e ingresos en efectivo de \$52 millones del plan de compra de acciones por parte de los empleados. Los usos de efectivo para financiación en el 2002 consistieron principalmente en \$66 millones de pagos de dividendos en efectivo, \$63 millones de pagos de deudas programados y \$50 millones de pago de préstamos a corto plazo. Estos usos se compensaron parcialmente con ingresos generados por el ejercicio de opciones de acciones por un total de \$65 millones e ingresos en efectivo de \$50 millones del plan de compra de acciones por parte de los empleados. El efectivo generado por las actividades financieras durante el 2001 se debió principalmente a la emisión de pagarés convertibles prioritarios por un monto de capital total de \$580.7 millones con vencimiento en octubre de 2021 y la emisión de pagarés convertible por un monto de capital total de \$1,005 millones con vencimiento en febrero de 2021. Estos ingresos de efectivo de \$1,100 millones se vieron contrarrestados por una disminución del efectivo generada por el pago de \$60 millones en concepto de dividendos en efectivo, \$63 millones en vencimientos de deudas programados y el pago de \$150 millones en endeudamientos a corto plazo. La razón deuda a largo plazo / capital accionario más deuda a largo plazo fue del 26.3%, 31.0% y 35.9% al cierre de los ejercicios 2003, 2002 y 2001, respectivamente.

Fuentes de liquidez La Compañía tiene una línea de crédito prioritaria por \$800 millones. Esta línea de crédito se dividió en un tramo de cinco años de \$400 millones, con vencimiento en agosto de 2006 y un tramo de \$400 millones de 365 días, con vencimiento en julio de 2004 y renovable anualmente. Esta línea de crédito se utiliza para mantener el programa de documentos comerciales de la Compañía por \$800 millones y para los endeudamientos a corto plazo. El precio de los préstamos se determina de acuerdo con las condiciones del mercado en el momento de la financiación según los términos de la línea de crédito prioritaria. La línea de crédito prioritaria contiene algunas estipulaciones restrictivas que incluyen el mantenimiento de un índice financiero específico. La Compañía cumplía con dichas estipulaciones al 30 de enero de 2004. Quince instituciones bancarias participan de la línea de crédito prioritaria por \$800 millones y, al 30 de enero de 2004, no había préstamos pendientes bajo esta línea de crédito.

En julio de 2003, la Compañía finalizó un crédito renovable y un acuerdo de garantía por un valor de \$100 millones con una institución financiera, cuyo vencimiento se programó para noviembre del 2003. El balance pendiente restante de \$50 millones se pagó al momento de la cancelación.

Cinco bancos han otorgado líneas de crédito por una suma total de \$330 millones para la emisión de cartas de crédito documentarias y standby. Tales líneas no tienen fechas de terminación sino que se revisan en forma periódica. Se pagan comisiones de compromiso que oscilan entre 0.25% y 0.50% por año sobre los montos de las cartas de crédito standby. Las cartas de crédito pendientes sumaban \$161 millones al 30 de enero de 2004 y \$122 millones al 31 de enero de 2003.

Requisitos de efectivo En diciembre de 2003, el Directorio autorizó un programa de recompra de acciones por un monto máximo de \$1,000 millones hasta fines del 2005. La intención es que este nuevo programa sea implementado mediante compras realizadas de vez en cuando ya sea en el mercado abierto o a través de transacciones privadas. Las acciones adquiridas mediante este programa se retirarán y se devolverán al estado de autorizadas y no emitidas. Debido a que ninguna acción ha sido adquirida mediante este sistema al 30 de enero de 2004, el programa de recompra de acciones tiene un balance disponible autorizado de \$1,000 millones para recompras futuras de acciones ordinarias.

Gracias a los cambios recientes en las leyes tributarias, ahora los dividendos son un método más eficiente de retorno de capital para los accionistas. Como resultado, en el tercer trimestre de 2003, Lowe's aumentó sus dividendos trimestrales en efectivo por acción en un 20% a \$0.03, lo que aumentará el efectivo pagado por dividendos en el 2004, en comparación con el 2003.

El presupuesto de capital de la Compañía para el 2004 es de \$3,400 millones, incluidos cerca de \$321 millones de arrendamientos. Aproximadamente el 76% de este compromiso planificado corresponde a la expansión de tiendas y nuevos centros de distribución. Los planes de expansión para el 2004 consisten en aproximadamente 140 tiendas, incluidas aproximadamente cuatro reubicaciones de tiendas antiguas. Se espera que esta expansión planificada aumente la superficie cubierta de ventas aproximadamente en un 14%. Aproximadamente el 2% de los proyectos del 2004 serán arrendamientos construidos a la medida, 28% serán propiedades arrendadas y 70% serán propios. La Compañía no prevé las adquisiciones, nacionales o internacionales, como una iniciativa estratégica a corto plazo debido a las significativas oportunidades de expansión en EE.UU. con la estrategia de crecimiento actual de la Compañía.

Al 30 de enero de 2004, la Compañía contaba con nueve centros de distribución regionales. En febrero de 2003, la Compañía comenzó la construcción de otro centro de distribución regional en Poinciana, Florida, el cual estaría en funcionamiento durante el tercer trimestre del 2004. La Compañía ha comenzado la construcción de otro centro de distribución regional en Plainfield, Connecticut, que abrirá en el ejercicio 2005. A fines del ejercicio 2003, la Compañía contaba con nueve centros de distribución de superficie plana para madera, materiales de construcción y otros artículos grandes. La Compañía tiene planificado abrir otros tres centros de distribución de superficie plana en el 2004.

La Compañía cree que bastará con fondos provenientes de las operaciones para financiar el plan de expansión 2004 y otros requisitos operativos. Sin embargo, los vuelcos económicos generales, las fluctuaciones en los precios de los productos y el impacto no anticipado de la competencia podrían afectar los fondos generados por las operaciones y nuestros planes de expansión en el futuro. Además, la disponibilidad de fondos a través de la emisión de documentos comerciales y nuevo endeudamiento puede verse afectada negativamente debido a una reducción en la calificación de la deuda o un deterioro de ciertos índices financieros. No existen en estos acuerdos cláusulas que requieran una cancelación temprana en efectivo de deudas o arrendamientos existentes como resultado de una reducción en la calificación de la deuda de la Compañía o una disminución en el precio de las acciones de la Compañía. Los titulares de los \$580.7 millones en pagarés convertibles prioritarios de la Compañía pueden convertir sus pagarés en acciones ordinarias de la Compañía si no se mantiene la calificación de inversión mínima. No existen indicios de que la Compañía no podrá mantener esta calificación de inversión mínima. Además, si se produce un cambio en el control de la Compañía en octubre de 2006 o antes, cada titular puede requerir que la Compañía compre, a cambio de efectivo, todos

los pagarés del titular o una parte de ellos. La Compañía puede amortizar por efectivo todos los pagarés o una parte de ellos en cualquier momento a partir de octubre de 2006 a un precio igual a la suma del precio de emisión más el descuento de emisión original acumulado y los intereses acumulados en efectivo, si los hubiere, a la fecha de amortización. Las calificaciones de la deuda de la Compañía al 30 de enero de 2004 es la siguiente:

Calificaciones actuales de la deuda	S&P	Moody's	Fitch
Documentos comerciales	A1	P1	F1
Deuda prioritaria	A	A2	A
Perspectiva	Positiva	Estable	Estable

Perspectiva de la Compañía.

Durante el ejercicio 2004, la Compañía tiene planificado abrir 140 tiendas, lo que resultaría en un crecimiento de la superficie total de 14% aproximadamente. La Compañía espera un aumento de 17% aproximadamente en las ventas totales y un aumento de 5% a 6% para las ventas comparables en tiendas. Incluido el efecto negativo estimado de 50 puntos de base por la adopción de EITF 02-16, se espera que el margen operativo disminuya entre 20 y 30 puntos de base. Además, se espera que los costos de apertura de tiendas sean de \$137 millones aproximadamente. Incluido el efecto negativo estimado de \$0.13 por acción debido a la adopción de EITF 02-16, se esperan utilidades diluidas por acción de \$2.63 a \$2.66 para el ejercicio que finaliza el 28 de enero de 2005. Sin incluir el efecto de adoptar el cambio contable, se esperarían utilidades diluidas por acción de \$2.76 a \$2.79.

Información cuantitativa y cualitativa acerca del riesgo del mercado.

La mayor exposición de la Compañía al riesgo del mercado es la pérdida potencial a raíz del impacto de las variaciones de las tasas de interés sobre la deuda a largo plazo. Actualmente, la Compañía sólo tiene deuda de tasa fija. La política de la Compañía es administrar los riesgos de tasas de interés asociadas con esta deuda y la Compañía cree que cualquier riesgo significativo se podría compensar con instrumentos de tasa variable disponibles a través de las líneas de crédito de la Compañía. Las tablas siguientes resumen los riesgos de mercado de la Compañía relacionados con la deuda a largo plazo, excluyendo los arrendamientos de capital. Las tablas presentan las principales erogaciones de efectivo y las tasas de interés relacionadas por año de vencimiento, excluyendo el descuento de emisión original no amortizado, al 30 de enero de 2004 y al 31 de enero de 2003. Los valores razonables incluidos en las siguientes tablas se determinaron utilizando las tasas de mercado cotizadas o las tasas de interés actualmente disponibles para la Compañía para deuda con plazos y vencimientos restantes similares.

Vencimientos de la deuda a largo plazo por ejercicio 30 de enero de 2004

(En millones de dólares)	Tasa fija	Tasa de interés promedio	Tasa variable	Tasa de interés promedio
2004	\$ 54	7.98%	\$ -	-
2005	608	7.32	-	-
2006	8	7.70	-	-
2007	61	6.89	-	-
2008	6	7.39	-	-
Total	3,036	4.49%	-	-
Total	\$ 3,773		\$ -	
Valor razonable	\$ 3,985		\$ -	

Vencimientos de la deuda a largo plazo por ejercicio 31 de enero de 2003

(En millones de dólares)	Tasa fija	Tasa de interés promedio	Tasa variable	Tasa de interés promedio
2003	\$ 8	7.64%	\$ -	-
2004	55	7.98	-	-
2005	609	7.32	-	-
2006	8	7.70	-	-
2007	61	6.89	-	-
Total	3,042	4.49%	-	-
Total	\$ 3,783		\$ -	
Valor razonable	\$ 3,747		\$ -	

Informe presentado por los auditores independientes

al directorio y los accionistas de lowe's companies, inc.

Hemos auditado los balances de situación consolidados de Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias (la "Compañía") al 30 de enero de 2004 y al 31 de enero de 2003, así como los estados consolidados de utilidades, capital propio y flujos de caja de cada uno de los tres ejercicios comprendidos en el período que finalizó el 30 de enero de 2004. La confección de tales estados financieros es responsabilidad de la gerencia de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre tales estados financieros tomando como base nuestra auditoría.

Llevamos a cabo la auditoría de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en los Estados Unidos de América. Tales normas exigen que se programe la auditoría y se la lleve a cabo de modo de tener una garantía razonable de que los estados financieros no contienen tergiversaciones materiales. Una auditoría incluye el análisis, a modo de verificación, de pruebas que respalden los montos y las divulgaciones de dichos estados financieros. La auditoría también comprende una evaluación de los principios contables utilizados y de las estimaciones significativas realizadas por la gerencia, así como una evaluación global de toda la presentación del estado financiero. Es nuestra convicción que nuestra auditoría constituye un fundamento razonable para las opiniones que exponemos.

En nuestra opinión, dichos estados financieros representan de manera fidedigna, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera de la Compañía al 30 de enero de 2004 y al 31 de enero de 2003, así como los resultados de sus operaciones y flujos de caja para los tres ejercicios correspondientes al período finalizado el 30 de enero de 2004, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América.

Como se menciona en la Nota 1 anexa a los estados financieros consolidados, la Compañía cambió su método contable para la compensación basada en acciones, en vigencia desde el 1 de febrero de 2003.

Deloitte & Touche LLP

Charlotte, Carolina del Norte,

19 de marzo de 2004 (2 de abril de 2004, en cuanto al tercer párrafo de la Nota 10)

Lowe's Companies, Inc.

Estados de utilidades consolidados

(En millones de dólares, excepto datos por acción) Ejercicios terminados el	30 de enero 2004	% Ventas	31 de enero 2003	% Ventas	1 de febrero 2002	% Ventas
Ventas netas	\$ 30,838	100.00%	\$ 26,112	100.00%	\$ 21,714	100.00%
Costo de ventas	21,231	68.85	18,164	69.56	15,427	71.05
Margen bruto	9,607	31.15	7,948	30.44	6,287	28.95
Gastos:						
De ventas, generales y administrativos (Nota 5)	5,543	17.97	4,676	17.91	3,857	17.76
Gastos por apertura de tiendas	128	0.42	129	0.49	140	0.64
Depreciación	758	2.46	622	2.38	513	2.36
Intereses (Nota 15)	180	0.58	182	0.70	174	0.81
Gastos totales	6,609	21.43	5,609	21.48	4,684	21.57
Utilidades antes de deducir impuestos	2,998	9.72	2,339	8.96	1,603	7.38
Provisión para impuesto a las ganancias (Nota 13)	1,136	3.68	880	3.38	593	2.73
Utilidades por operaciones continuas	1,862	6.04	1,459	5.58	1,010	4.65
Utilidades por operaciones discontinuadas, deducidos los impuestos (Nota 2)	15	0.05	12	0.05	13	0.06
Utilidad neta	\$ 1,877	6.09%	\$ 1,471	5.63%	\$ 1,023	4.71%
Utilidades básicas por acción (Nota 9)						
Operaciones continuas	\$ 2.37		\$ 1.87		\$ 1.31	
Operaciones discontinuadas	0.02		0.02		0.02	
Utilidades básicas por acción	\$ 2.39		\$ 1.89		\$ 1.33	
Utilidades diluidas por acción (Nota 9)						
Operaciones continuas	\$ 2.32		\$ 1.83		\$ 1.28	
Operaciones discontinuadas	0.02		0.02		0.02	
Utilidades diluidas por acción	\$ 2.34		\$ 1.85		\$ 1.30	
Dividendos en efectivo por acción	\$ 0.11		\$ 0.09		\$ 0.08	

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

Lowe's Companies, Inc.

Balance de situación consolidado

(En millones de dólares, excepto para los datos sobre valor nominal)	30 de enero de 2004	% Total	31 de enero de 2003	% Total
Activo				
Activo corriente:				
Caja y equivalentes de caja	\$ 1,446	7.6 %	\$ 853	5.3%
Inversiones a corto plazo (Nota 3)	178	0.9	273	1.7
Cuentas a cobrar — Neto (Nota 1)	131	0.7	172	1.1
Mercaderías en inventario (Nota 1)	4,584	24.1	3,968	24.6
Impuestos a las ganancias diferidos (Nota 13)	59	0.3	58	0.4
Otros activos	289	1.5	244	1.5
Total activo corriente	6,687	35.1	5,568	34.6
Bienes inmuebles, menos amortización acumulada (Notas 4 y 5)	11,945	62.7	10,352	64.3
Inversiones a largo plazo (Nota 3)	169	0.9	29	0.2
Otros activos (Nota 5)	241	1.3	160	0.9
Total del activo	\$ 19,042	100.0%	\$ 16,109	100.0%
Pasivos y capital propio				
Pasivo corriente:				
Endeudamiento a corto plazo (Nota 6)	\$ —	—%	\$ 50	0.3%
Vencimientos actuales de deudas a largo plazo (Nota 7)	77	0.4	29	0.2
Cuentas a pagar	2,366	12.3	1,943	12.1
Planes de retiro para los empleados (Nota 12)	74	0.4	88	0.5
Sueldos y salarios devengados	335	1.8	306	1.9
Otros pasivos corrientes (Nota 5)	1,516	8.0	1,162	7.2
Total pasivo corriente	4,368	22.9	3,578	22.2
Deudas a largo plazo, menos vencimientos actuales (Notas 7, 8 y 11)	3,678	19.3	3,736	23.2
Impuestos a las ganancias diferidos (Nota 13)	657	3.5	478	3.0
Otros pasivos a largo plazo	30	0.2	15	0.1
Total pasivo	8,733	45.9	7,807	48.5
Capital propio (Nota 10):				
Acciones preferidas — \$5 valor nominal, ninguna emitida	—	—	—	—
Acciones ordinarias — \$0.50 valor nominal;				
Acciones emitidas y en circulación				
30 de enero de 2004 787				
31 de enero de 2003 782	394	2.1	391	2.4
Capital superior al valor nominal	2,237	11.7	2,023	12.6
Utilidades retenidas	7,677	40.3	5,887	36.5
Otros ingresos globales acumulados	1	—	1	—
Total capital propio	10,309	54.1	8,302	51.5
Total pasivos y capital propio	\$ 19,042	100.0%	\$ 16,109	100.0%

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

Lowe's Companies, Inc.

Estados consolidados del capital propio

(En millones de dólares)	Acciones ordinarias		Capital superior al valor nominal	Utilidades retenidas	Compensación no salarial: restringida de acciones	Otros ingresos globales acumulados	Total capital propio
	Acciones	Importe					
Saldo al 2 de febrero de 2001	766.5	\$ 383	\$ 1,595	\$ 3,519	\$ (2)	\$ 1	\$ 5,496
Ingreso global:							
Utilidad neta				1,023			
Ingreso global total							1,023
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones no calificadas			35				35
Dividendos en efectivo				(60)			(60)
Ejercicio de las opciones de compra de acciones de los empleados (Nota 10)	5.6	3	74				77
Acciones emitidas para el ESOP (Notas 10 y 15)	1.9	1	62				63
Plan de compra de acciones de los empleados (Nota 10)	1.7	1	37				38
Compensación no salarial —							
Adjudicación restringida de acciones (Notas 10 y 15)					2		2
Saldo al 1 de febrero de 2002	775.7	\$ 388	\$ 1,803	\$ 4,482	\$ -	\$ 1	\$ 6,674
Ingreso global:							
Utilidad neta				1,471			
Ingreso global total							1,471
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones no calificadas			29				29
Dividendos en efectivo				(66)			(66)
Ejercicio de las opciones de compra de acciones de los empleados (Nota 10)	2.9	1	64				65
Acciones emitidas para el ESOP (Notas 10 y 15)	1.9	1	78				79
Plan de compra de acciones de los empleados (Nota 10)	1.4	1	49				50
Saldo al 31 de enero de 2003	781.9	\$ 391	\$ 2,023	\$ 5,887	\$ -	\$ 1	\$ 8,302
Ingreso global:							
Utilidad neta				1,877			
Ingreso global total							1,877
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones no calificadas			27				27
Dividendos en efectivo				(87)			(87)
Gasto en compensación de acciones (Notas 1 y 10)			41				41
Ejercicio de las opciones de compra de acciones de los empleados (Nota 10)	4.0	2	95				97
Plan de compra de acciones de los empleados (Nota 10)	1.4	1	51				52
Saldo al 30 de enero de 2004	787.3	\$ 394	\$ 2,237	\$ 7,677	\$ -	\$ 1	\$ 10,309

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

Lowe's Companies, Inc.

Estados consolidados de flujos de caja

(En millones de dólares) Ejercicios terminados el	30 de enero 2004	31 de enero 2003	1 de febrero 2002
Flujo de caja de actividades de explotación:			
Utilidad neta	\$ 1,877	\$ 1,471	\$ 1,023
Utilidades por operaciones discontinuadas, deducidos los impuestos	(15)	(12)	(13)
Utilidades por operaciones continuas	1,862	1,459	1,010
Ajustes para conciliar las utilidades netas de las operaciones continuas con el efectivo neto por actividades de explotación			
Depreciación y amortización	781	641	530
Impuestos a las ganancias diferidos	178	208	42
Pérdida por enajenación/amortización de activos fijos y otros activos	31	18	39
Gasto en compensación basada en acciones	41	–	–
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones	31	29	35
Cambios en el activo y pasivo de explotación:			
Cuentas a cobrar — Neto	2	(9)	(5)
Mercaderías en inventario	(648)	(357)	(326)
Otros activos de explotación	(45)	(41)	(37)
Cuentas a pagar	423	228	1
Planes de retiro para empleados	(14)	40	114
Otros pasivos de explotación	399	461	193
Efectivo neto por actividades de explotación de las operaciones continuas	3,041	2,677	1,596
Flujo de caja por actividades de inversión:			
Disminución (Aumento) de activos de inversión:			
Inversiones a corto plazo	139	(203)	(30)
Compras de inversiones a largo plazo	(381)	(24)	(1)
Ingreso por la venta/vencimiento de inversiones a largo plazo	193	–	3
Aumento de otros activos a largo plazo	(95)	(33)	(14)
Activos fijos adquiridos	(2,444)	(2,359)	(2,196)
Ingreso por la venta de activos fijos y otros activos a largo plazo	45	44	42
Efectivo neto utilizado para invertir en actividades de explotación de las operaciones continuas	(2,543)	(2,575)	(2,196)
Flujo de caja por actividades financieras:			
Disminución neta del endeudamiento a corto plazo	(50)	(50)	(150)
Endeudamiento a largo plazo	–	–	1,087
Pago de la deuda a largo plazo	(29)	(63)	(63)
Ingresos por el plan de compra de acciones de los empleados	52	50	38
Ingreso por el ejercicio de las opciones de compra de acciones	97	65	77
Pago de dividendos en efectivo	(87)	(66)	(60)
Efectivo neto (Usado en) suministrado por actividades financieras de las operaciones continuas	(17)	(64)	929
Efectivo neto por actividades discontinuadas	112	16	14
Aumento neto de caja y equivalentes de caja	593	54	343
Caja y equivalentes de caja, al inicio del ejercicio	853	799	456
Caja y equivalentes de caja, al cierre del ejercicio	\$ 1,446	\$ 853	\$ 799

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

Notas sobre los estados financieros consolidados

Ejercicios terminados el 30 de enero de 2004, el 31 de enero de 2003 y el 1 de febrero de 2002

Nota 1 | Resumen de las políticas contables significativas.

La Compañía ocupa el segundo lugar en el mundo entre las empresas minoristas dedicadas a las mejoras para el hogar. Al 30 de enero de 2004 operaba 952 tiendas en 45 estados. A continuación se indican las políticas contables que la Compañía considera significativas.

Año fiscal En general, el año fiscal de la compañía termina el viernes más cercano al final de enero. Cada uno de los años fiscales presentado contiene 52 semanas. Todas las referencias que aquí se hacen a los años 2003, 2002 y 2001 representan los años fiscales terminados el 30 de enero de 2004, el 31 de enero de 2003 y el 1 de febrero de 2002, respectivamente.

Principios de consolidación Los estados financieros comprenden las cuentas de la Compañía y de sus subsidiarias, las que son de propiedad absoluta de la Compañía. Se han eliminado todas las cuentas y transacciones significativas entre compañías.

Uso de estimaciones La preparación de los estados financieros de la Compañía, de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos de América, exige que la gerencia realice estimaciones que afectan los importes de activos, pasivos, ingresos y gastos que se informan y la divulgación correspondiente de activos y pasivos contingentes. La Compañía basa estas estimaciones en los resultados históricos y en otras presunciones que se consideran razonables, cuyos resultados constituyen la base para realizar estimaciones acerca del valor contable de activos y pasivos que no pueden obtenerse fácilmente de otras fuentes. Los resultados reales pueden ser diferentes a estas estimaciones.

Caja y equivalentes de caja En Caja y equivalentes de caja se incluye el efectivo en caja, los depósitos a la vista y las inversiones a corto plazo con vencimientos originales a tres meses o menos al momento de su adquisición.

Inversiones La Compañía tiene un programa de administración de efectivo que dispone la inversión de los saldos de efectivo, que no se planea utilizar en las operaciones actuales en instrumentos financieros, con vencimientos de hasta 10 años. Las inversiones, sin incluir los equivalentes de caja, con fechas de vencimiento a un año o menos a partir de la fecha del balance o que se espera que se usen en las operaciones actuales, se clasifican como inversiones a corto plazo. Todas las demás inversiones se clasifican como inversiones a largo plazo. Las inversiones consisten principalmente en acciones preferidas del mercado monetario, obligaciones municipales, bonos de organismos, pagarés de empresas y acciones y fondos mutuos. La Compañía ha clasificado todos los valores de inversión como disponibles para la venta y los mismos se venden a su valor de mercado justo. Las ganancias y pérdidas no realizadas de tales valores se incluyen en otros ingresos globales acumulados en el capital propio.

Instrumentos financieros derivados La Compañía no utiliza instrumentos financieros derivados para fines comerciales.

Cuentas a cobrar La mayoría de las cuentas a cobrar corresponden a ventas a clientes comerciales. La previsión por deudores morosos se basa en la experiencia histórica y en una revisión de las cuentas a cobrar existentes. La previsión por deudores morosos fue de \$7 millones el 30 de enero de 2004 y el 31 de enero de 2003.

Las ventas generadas a través de la tarjeta de crédito propia de la Compañía no se reflejan en las cuentas a cobrar. En virtud de un acuerdo con General Electric Company y sus subsidiarias (GE), GE otorga créditos de consumo directamente a los clientes. Todos los servicios relacionados con el programa de crédito son realizados y controlados directamente por GE. Al finalizar el acuerdo, la Compañía tiene la opción, pero no la obligación, de comprar las cuentas a cobrar. La cartera total de cuentas a cobrar administradas por GE era de

aproximadamente \$3,800 millones al 30 de enero de 2004 y \$3,300 millones al 31 de enero de 2003.

Mercaderías en inventario El inventario se expresa al valor que sea menor: de costo o de mercado, usando el método FIFO (primeras entradas, primeras salidas) para la contabilidad del inventario. El costo del inventario también comprende determinados costos relacionados con la preparación del inventario para su reventa.

La Compañía registra una reserva de inventario para la pérdida asociada a la venta de inventarios discontinuados a precios inferiores al costo. Esta reserva se basa en el conocimiento actual de la gerencia con respecto a los niveles de inventario, las tendencias en las ventas y la experiencia histórica con relación a la liquidación de inventarios discontinuados. La gerencia no cree que los inventarios de mercadería de la Compañía estén sujetos a un riesgo significativo de obsolescencia a corto plazo; asimismo, la gerencia tiene la habilidad de ajustar sus prácticas de compras según las tendencias de ventas previstas y las condiciones económicas generales. Sin embargo, los cambios en los patrones de compra de los consumidores podrían originar la necesidad de reservas adicionales. La Compañía también registra una reserva de inventario para la merma estimada entre inventarios físicos. La reserva se basa principalmente en los resultados reales de la merma de inventarios físicos anteriores. Los cambios en los resultados reales de la merma de inventarios físicos completos podrían dar como resultado las modificaciones a los gastos de merma previamente estimados. La Gerencia cree que cuenta con conocimientos actuales e históricos suficientes como para registrar estimaciones razonables para estas dos reservas de inventario.

Bienes raíces y depreciación Los bienes raíces se registran al costo. Los costos relacionados con incorporaciones de gran envergadura se capitalizan y deprecian. Se espera que los activos de capital rindan beneficios en el futuro, tengan vidas útiles que superen un año y tengan un costo de adquisición mínimo basado en el tipo de activo en cuestión. El costo total de un activo de capital suele incluir todos los impuestos a las ventas aplicables, costos de entrega, costos de instalación y otros costos pertinentes incurridos por la Compañía en el caso de activos construidos por la Compañía. Luego de la enajenación de bienes, el costo y su respectiva depreciación acumulada se eliminan de las cuentas y se reflejan las ganancias y las pérdidas en las utilidades. Se realiza depreciación por la vida útil estimada de los activos sujetos a depreciación.

Los activos se deprecian utilizando el método de depreciación lineal. Las mejoras en arrendamiento se deprecian durante el tiempo que sea menor entre la vida útil estimada y el período del respectivo arrendamiento.

Deterioro/cierre de tiendas Las pérdidas relacionadas con el deterioro de los activos de larga vida se reconocen cuando las circunstancias indican que es posible que el valor contable de los activos no sea recuperable. Periódicamente, la Compañía verifica el potencial deterioro del valor contable de los activos de larga vida. Cuando la gerencia decide cerrar o reubicar una tienda, o cuando existen indicadores de que es posible que el valor contable de los activos de larga vida no sea recuperable, la Compañía evalúa el valor contable de los activos con relación a los flujos de caja no descontados esperados en el futuro. Si el valor contable de los activos es mayor que los flujos de caja sin descontar esperados en el futuro y el valor justo de los activos es menor que el valor contable, se realiza una reserva para el deterioro de los activos basada en el exceso del valor contable con respecto al valor justo de los activos. Cuando se cierra una tienda arrendada, se dispone una reserva por el valor justo de las obligaciones contractuales futuras, incluidos los impuestos a la propiedad, servicios públicos y mantenimiento de áreas comunes, neta de ingresos anticipados por subarrendamiento. Las reservas por los costos de deterioro y de cierre de tiendas se incluyen en gastos por ventas, generales y administrativos.

Arrendamientos Los activos en arrendamiento de capital se amortizan de acuerdo con la política normal de depreciación de la Compañía para los activos de su propiedad o durante el período del arrendamiento. Si fuere más corto, y la carga a utilidades se incluye en el gasto por depreciación en los estados financieros consolidados.

Autoseguro La Compañía cuenta con un autoseguro para determinadas pérdidas relacionadas con reclamos por compensación de trabajadores, vehículos, propiedad, así como reclamos generales y relativos a productos. La compañía cuenta con cobertura contra pérdidas para limitar la exposición que surja de estos reclamos. Los reclamos de autoseguro presentados o los reclamos incurridos pero no informados se acumulan de acuerdo con las estimaciones de la gerencia con relación al pasivo acumulado descontado por reclamos incurridos no asegurados usando supuestos actuariales aplicados en la industria del seguro y la experiencia histórica. Si bien la gerencia considera que tiene capacidad de registrar adecuadamente las pérdidas estimadas relativas a reclamos, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados.

Impuestos a las ganancias Se establecen impuestos a las ganancias para diferencias transitorias entre las bases impositivas y financieras de activos y pasivos utilizando el método de pasivos. Los efectos impositivos de tales diferencias se reflejan en el balance a la tasa impositiva aprobada que se supone que estará en vigencia cuando la diferencia se revierta.

Gastos por apertura de tiendas Los costos de apertura o reubicación de nuevas tiendas minoristas se cargan a operaciones a medida que ocurren.

Reconocimiento de ingresos La Compañía reconoce los ingresos cuando se producen las transacciones de ventas y los clientes toman posesión de la mercadería. Se realiza una provisión para la devolución de mercaderías anticipada en el período en el que se registraron las ventas relacionadas.

Se reconocen los ingresos de los servicios de instalación de productos cuando ésta se realiza. Se difieren y reconocen los ingresos de las tarjetas de regalo cuando éstas se canjean.

Publicidad Los costos relacionados con la publicidad se cargan a operaciones cuando ocurren. Los gastos brutos de publicidad ascendieron a \$682 millones, \$608 millones y \$519 millones en 2003, 2002 y 2001, respectivamente. Los fondos de proveedores para publicidad cooperativa de \$673 millones, \$583 millones y \$481 millones en 2003, 2002 y 2001, respectivamente, se registraron como una reducción de estos gastos, y se incluyó el importe neto en gastos por ventas, generales y administrativos.

Fondos de proveedores La Compañía recibe fondos de proveedores durante el curso normal de las operaciones por diversos motivos, como descuentos por volumen de compra, descuentos por mercadería defectuosa, descuentos por publicidad cooperativa, reembolsos por gastos de venta y costos relacionados con exhibidores y servicio de terceros en la tienda. Históricamente, la compañía ha tratado los descuentos o rebajas que se relacionan con volumen como una reducción de costos de inventario y los reembolsos de los gastos de operación recibidos de los proveedores, como una reducción de tales gastos específicos. El tratamiento contable histórico aplicado por la Compañía a estos fondos proporcionados por los proveedores cumple con la norma Emerging Issues Task Force (EITF) 02-16, con la excepción de ciertos descuentos por publicidad cooperativa y servicios en la tienda suministrados por terceros, los cuales finalmente son financiados por los proveedores. Anteriormente, la Compañía trataba los descuentos por publicidad cooperativa y los fondos de servicio en la tienda como una reducción del gasto correspondiente. De acuerdo con la norma EITF 02-16 los descuentos por publicidad cooperativa y los fondos de servicios en la tienda deben tratarse como una reducción del costo de inventario a menos que representen un reembolso de costos específicos, incrementales e identificables incurridos por el cliente para vender el producto del proveedor.

Los acuerdos de publicidad cooperativa con los proveedores de la Compañía disponen fondos para que la publicidad general de la Compañía impulse el tráfico de clientes, lo que a su vez aumenta las ventas de los productos de los proveedores. Estos fondos no cumplieron con los criterios específicos, incrementales e identificables de la norma EITF 02-16. Por lo tanto, en el caso de los acuerdos de publicidad cooperativa suscritos después del 31 de diciembre de 2002, la Compañía trata los fondos de publicidad cooperativa como una reducción en los costos de inventario y reconoce estos fondos como una reducción de los costos de ventas cuando se vende el inventario.

En los acuerdos de fondos de servicios en la tienda suscritos entre terceros y proveedores de la Compañía, se disponen fondos para que los terceros desempeñen funciones de comercialización general dentro de las tiendas de la Compañía. Los proveedores de terceros que desempeñan estas funciones sirven en múltiples áreas y productos dentro de las tiendas minoristas de la Compañía. Ni la Compañía ni los proveedores de servicios de terceros tienen la capacidad de identificar específicamente el tiempo empleado en los productos de un proveedor de mercaderías en las múltiples ubicaciones ni asociarlos a fondos específicos de los proveedores de mercaderías. En este sentido, estos fondos no cumplieron con los criterios específicos, incrementales e identificables de la norma EITF 02-16. Por lo tanto, en el caso de los acuerdos de fondos de servicios en la tienda por parte de terceros suscritos después del 31 de diciembre de 2002, la Compañía trata los fondos de servicios en la tienda como una reducción en los costos de inventario y reconoce estos fondos como una reducción de los costos de ventas cuando se vende el inventario. Los costos de servicios en la tienda de terceros se incluyen en gastos por ventas, generales y administrativos y se presentan netos de los fondos de proveedores de servicios en la tienda por parte de terceros, los que ascendieron a \$175 millones, \$69 millones y \$30 millones en 2003, 2002 y 2001, respectivamente.

Este cambio contable no tiene un efecto significativo en los estados financieros, puesto que casi todos los acuerdos de descuentos por publicidad cooperativa y de fondos de servicios en la tienda correspondientes a 2003 se suscribieron antes del 31 de diciembre de 2002, fecha de entrada en vigor de la disposición pertinente de la norma EITF 02-16.

Compensación basada en acciones Antes del 2003, la Compañía rendía cuentas de sus planes de compensación basada en acciones de acuerdo con las disposiciones de reconocimiento y medición de Accounting Principles Board (APB) Opinion No. 25, "Accounting for Stock Issued to Employees," (Junta de Principios Contables, Opinión N°25, "Rendición de cuentas de acciones emitidas a los empleados") e Interpretaciones afines. Por lo tanto, en el ingreso neto de 2002 ó 2001 no se refleja ninguna compensación de empleados basada en acciones, aparte de las adjudicaciones de acciones restringidas, puesto que todas las opciones otorgadas en virtud de esos planes tenían un precio de ejercicio igual al valor de mercado de las acciones ordinarias principales en la fecha de la adjudicación.

A partir del 1 de febrero de 2003, la Compañía adoptó las disposiciones para el reconocimiento del valor justo de la norma SFAS N°123, "Rendición de cuentas de compensación basada en acciones", posiblemente, para todas las gratificaciones a los empleados otorgadas o modificadas después del 31 de enero de 2003. Por lo tanto, de acuerdo con las exigencias de la norma SFAS N°148, "Rendición de cuentas de compensación basada en acciones: transición y divulgación", el costo relacionado con la compensación de empleados basada en acciones incluido en la determinación del ingreso neto para el año terminado el 30 de enero de 2004 es menor que el que se habría reconocido si se hubiera aplicado el método basado en el valor justo a todas las gratificaciones a partir de la fecha de entrada en vigor original de la norma SFAS N°123. La Compañía reconoció un gasto en compensación para 2003 de \$41 millones correspondientes a opciones de acciones y gratificaciones otorgadas o modificadas durante el año. En general, estas opciones se confieren en tres años.

La siguiente tabla ilustra el efecto en las utilidades netas y las utilidades por acción si se hubiera aplicado el método basado en el valor justo a todas las gratificaciones pendiente y no conferidas en cada período:

(En millones de dólares, excepto datos por acción)	2003	2002	2001
Utilidades netas informadas	\$ 1,877	\$ 1,471	\$ 1,023
Deducir: Total no reconocido de compensación de empleados basada en acciones determinado según el método basado en el valor justo para todas las gratificaciones neto de los efectos impositivos	(61)	(85)	(55)
Utilidades netas pro forma	\$ 1,816	\$ 1,386	\$ 968
Utilidades por acción:			
Básicas – informadas	\$ 2.39	\$ 1.89	\$ 1.33
Básicas – pro forma	\$ 2.31	\$ 1.78	\$ 1.25
Diluidas – informadas	\$ 2.34	\$ 1.85	\$ 1.30
Diluidas – pro forma	\$ 2.27	\$ 1.73	\$ 1.22

El valor justo de cada adjudicación de opciones se estima en la fecha de la adjudicación utilizando el modelo Black-Scholes para fijar el precio de las opciones con los siguientes supuestos.

	2003	2002	2001
Promedio ponderado del valor justo por opción	\$ 17.64	\$ 19.22	\$ 17.39
Supuestos utilizados:			
Promedio ponderado de la volatilidad esperada	44.0%	43.7%	41.1%
Promedio ponderado del rendimiento esperado del dividendo	0.26%	0.27%	0.23%
Promedio ponderado de la tasa de interés si riesgo	2.89%	4.35%	4.58%
Promedio ponderado de la esperanza de vida, en años	5.5	4.0-7.0	7.0

Costos de envío y manejo La Compañía incluye los costos de envío y manejo relacionados con el envío de productos a clientes a través de terceros en el costo de ventas. Los costos de envío y manejo, que incluyen los gastos operacionales en sueldos y vehículos relacionados con la entrega de productos a clientes por parte de la Compañía se clasifican como gastos de ventas, generales y administrativos. Los gastos de envío y manejo incluidos en gastos por ventas, generales y administrativos fueron de \$216 millones, \$193 millones y \$163 millones durante 2003, 2002 y 2001, respectivamente.

Normas contables recientes En enero de 2003, la Financial Accounting Standards Board (FASB) emitió la Interpretación 46, “Consolidation of Variable Interest Entities, an Interpretation of ARB No. 51” (“Consolidación de Entidades con Intereses Variables, Interpretación de N°51”) (FIN 46). En diciembre de 2003, FASB emitió una revisión de FIN 46 para efectuar ciertas correcciones técnicas y abordar ciertos problemas de implementación que habían surgido. FIN 46 proporcionaba orientación sobre la identificación y consolidación de las entidades con intereses variables o VIE, entidades cuyo control se realiza con medios diferentes a los derechos de votación. Se requiere aplicar las disposiciones de FIN 46 a las VIE creadas, o por las cuales la Compañía obtiene intereses después del 31 de enero de 2003. En el caso de las VIE en que la Compañía posea intereses variables adquiridos con posterioridad al 1 de febrero de 2003, las disposiciones de FIN 46 tienen vigencia durante el primer trimestre de 2004. Debido a las constantes deliberaciones y clarificaciones por parte de FASB, aún estamos evaluando las disposiciones de FIN 46. Sin embargo, la Compañía no espera que la adopción de FIN 46 el primer trimestre de 2004 tenga un efecto importante en su posición financiera, resultado de operaciones o flujos de caja.

En abril de 2003, la FASB emitió la norma SFAS N°149, “Enmienda de la Declaración 133 sobre instrumentos derivados y actividades de cobertura”. La norma SFAS N°149 enmienda y aclara la rendición de cuentas de instrumentos derivados, entre ellos, ciertos instrumentos derivados incluidos en otros contratos, y actividades de cobertura según la Declaración 133. Esta rige para los contratos suscritos o modificados después del 30 de junio de 2003, excepto en ciertos casos establecidos en SFAS N°149 y para las relaciones de cobertura designadas después del 30 de junio de 2003. La adopción inicial de esta norma no tuvo un efecto significativo en los estados financieros de la Compañía.

En mayo de 2003, la FASB emitió la norma SFAS N°150, “Rendición de cuentas para ciertos instrumentos financieros con características de pasivos y de capital”. La norma SFAS N°150 cambia la rendición de cuentas de ciertos instrumentos financieros que, según la orientación anterior, los emisores podían informar como capital. La nueva Declaración exige que tales instrumentos se clasifiquen como pasivos en los estados de la posición financiera. Esta Declaración rige para los instrumentos financieros suscritos o modificados después del 31 de mayo de 2003 y, de lo contrario, rige a contar del principio del primer período provisorio que se inicie después del 15 de junio de 2003, excepto en el caso de los instrumentos financieros obligatoriamente rescatables de entidades no públicas. La adopción inicial de esta norma no tuvo un efecto significativo en los estados financieros de la Compañía.

Reclasificaciones Se han reclasificado ciertos importes correspondientes a períodos anteriores para que se ajusten a las clasificaciones actuales.

Nota 2 | Operaciones discontinuadas.

Durante el cuarto trimestre de 2003, la Compañía vendió 26 tiendas concentradas en productos básicos y que operaban bajo el nombre The Contractor Yard (los “Contractor Yards”). Esta venta se efectuó para permitir que la Compañía continuara concentrándose en sus actividades minoristas y comerciales. La Compañía ha declarado los resultados de las operaciones de Contractor Yards como operaciones discontinuadas para 2003, 2002 y 2001. Los activos netos totales del grupo enajenado y vendido al 30 de enero de 2004 fueron aproximadamente \$111 millones, y en su mayoría, consistían en \$47 millones en cuentas a cobrar netas, \$37 millones en inventario de mercadería y \$27 millones en bienes, menos la depreciación acumulada.

El resultado de las operaciones de Contractor Yards incluido en las operaciones discontinuadas fue el siguiente:

(En millones de dólares)	Ejercicios terminados el		
	30 de enero 2004	31 de enero 2003	1 de febrero 2002
Ventas netas de operaciones discontinuadas	\$ 425	\$ 379	\$ 397
Utilidades antes de impuestos de operaciones discontinuadas	20	20	21
Ganancia por venta de Contractor Yards	5	–	–
Provisión para el impuesto a las ganancias	10	8	8
Utilidades por operaciones discontinuadas			
Neto de impuesto	\$ 15	\$ 12	\$ 13

Nota 3 | Inversiones.

Los valores de inversión de la Compañía se clasifican como disponibles para la venta. El costo amortizado, las ganancias y pérdidas brutas no realizadas por tenencia y los valores justos de las inversiones al 30 de enero de 2004 y al 31 de enero de 2003 fueron los siguientes:

Nota 5 | Costos de deterioro y de cierre de tiendas.

Periódicamente, la Compañía verifica el potencial deterioro del valor contable de los activos de larga vida. Cuando la gerencia decide cerrar o reubicar una tienda, o cuando existen indicadores de que es posible que el valor contable de los activos de larga vida no sea recuperable, la Compañía evalúa el valor contable de los activos con relación a los flujos de caja esperados en el futuro. Si el valor contable de los activos es mayor que los flujos de caja esperados en el futuro y el valor justo de los activos es menor que el valor contable, se realiza una reserva para el deterioro de los activos basada en el exceso del valor contable con respecto al valor justo de los activos. El valor justo de los activos suele basarse en valoraciones internas y externas y en la experiencia histórica de la Compañía. La reserva para deterioro se incluye en gastos por ventas, generales y administrativos.

Los bienes inmuebles de las tiendas cerradas se incluyen en otros activos y ascendieron a \$89 millones y \$94 millones el 30 de enero de 2004 y el 31 de enero de 2003, respectivamente. Cuando se cierran tiendas arrendadas, se reconoce un pasivo por el valor justo de las obligaciones contractuales futuras, incluidos los impuestos a la propiedad, servicios públicos y mantenimiento de áreas comunes, neta de ingresos anticipados por subarrendamiento. La reserva para costos de cierre de tiendas se incluye en gastos por ventas, generales y administrativos.

La siguiente tabla ilustra el pasivo por cierre de tiendas y los cambios respectivos en la obligación, que se incluyen en el pasivo corriente en los balances de situación consolidados.

(En millones de dólares)		Pasivo por cierre de tiendas	
Saldo al 2 de febrero de 2001		\$ 19	
Acumulación por costo de cierre de tiendas		6	
Pago de arrendamientos, neto de ingresos por subarrendamiento		(8)	
Saldo al 1 de febrero de 2002		\$ 17	
Acumulación por costo de cierre de tiendas		9	
Pago de arrendamientos, neto de ingresos por subarrendamiento		(10)	
Saldo al 31 de enero de 2003		\$ 16	
Acumulación por costo de cierre de tiendas		12	
Pago de arrendamientos, neto de ingresos por subarrendamiento		(9)	
Saldo al 30 de enero de 2004		\$ 19	

Nota 6 | Endeudamiento a corto plazo y líneas de crédito.

La Compañía tiene una línea de crédito prioritaria por \$800 millones. Esta línea de crédito se dividió en un tramo de cinco años de \$400 millones, con vencimiento en agosto de 2006 y un tramo de \$400 de 365 días, con vencimiento en julio de 2004 y renovable anualmente. Esta línea de crédito se utiliza para mantener el programa de documentos comerciales de la Compañía por \$800 millones y para los endeudamientos a corto plazo. El precio de los préstamos se determina de acuerdo con las condiciones del mercado en el momento de la financiación según los términos de la línea de crédito prioritaria. La línea de crédito prioritaria contiene algunas estipulaciones restrictivas que incluyen el mantenimiento de índices financieros específicos. La Compañía cumplía con estas estipulaciones al 30 de enero de 2004. Quince instituciones bancarias participan de la línea de crédito prioritaria por \$800 millones y, al 30 de enero de 2003, no había préstamos pendientes bajo esta línea de crédito.

En julio de 2003, la Compañía terminó un crédito renovable por \$100 millones y un acuerdo de garantía con una institución financiera que estaba programado para vencer en noviembre de 2003. Se pagó el saldo pendiente restante de \$50 millones en el momento de término.

Cinco bancos han otorgado líneas de crédito por una suma total de \$330 millones para la emisión de cartas de crédito documentarias y de declaración de garantía. Tales líneas no tienen fechas de terminación

(En millones de dólares)	Costo amortizado	30 de enero de 2004		Valor justo
		Ganancias brutas no realizadas	Pérdidas brutas no realizadas	
Obligaciones municipales	\$ 160	\$ -	\$ -	\$ 160
Acciones preferidas del mercado				
monetario	18	-	-	18
Clasificados a corto plazo	178	-	-	178
Obligaciones municipales	92	-	-	92
Pagarés de empresas	32	-	-	32
Bonos de organismos del gobierno	23	-	-	23
Obligaciones respaldadas por activos	16	-	-	16
Fondos mutuos	6	-	-	6
Clasificados a largo plazo	169	-	-	169
Total	\$ 347	\$ -	\$ -	\$ 347

(En millones de dólares)	Costo amortizado:	31 de enero de 2003		Valor justo
		Ganancias brutas no realizadas	Pérdidas brutas no realizadas	
Obligaciones municipales	\$ 82	\$ -	\$ -	\$ 82
Acciones preferidas del mercado				
monetario	186	-	-	186
Pagarés de empresas	5	-	-	5
Clasificados a corto plazo	273	-	-	273
Obligaciones municipales	11	-	-	11
Bonos de organismos del gobierno	17	-	-	17
Fondos mutuos	1	-	-	1
Clasificados a largo plazo	29	-	-	29
Total	\$ 302	\$ -	\$ -	\$ 302

La ganancia neta no realizada por valores disponibles para la venta fue de \$159 mil, neto del gasto en impuestos de \$58 mil el 30 de enero de 2004. La pérdida neta no realizada por valores disponibles para la venta fue de \$285 mil, neto del beneficio impositivo de \$172 mil el 31 de enero de 2003.

El producto de las ventas de valores disponibles para la venta ascendió a \$204 millones, \$2 millones y \$1 millón para 2003, 2002 y 2001, respectivamente. Las ganancias y pérdidas brutas y no realizadas por la venta de valores disponibles para la venta no fueron significativas para ninguno de los períodos que se presentan. Las obligaciones municipales y los bonos de organismos del gobierno clasificados a largo plazo al 30 de enero de 2004 vencerán en un período de uno a cinco años.

Nota 4 | Bienes y depreciación acumulada.

La propiedad se resume por clase principal en la siguiente tabla:

(En millones de dólares)	30 de enero 2004	31 de enero 2003
Costo:		
Terrenos	\$ 3,635	\$ 3,133
Edificios	5,950	5,092
Equipamiento	4,355	3,663
Mejoras en locales arrendados	1,133	929
Costo total	15,073	12,817
Depreciación y amortización acumuladas	(3,128)	(2,465)
Bienes inmuebles netos	\$ 11,945	\$ 10,352

La vida susceptible de depreciación, estimada en años, de los bienes de la Compañía son: edificios, 20 a 40 años; equipos para tienda, distribución y oficina, 3 a 10 años; mejoras en arrendamiento, en general la duración del arrendamiento correspondiente.

En los bienes netos, se incluyen los activos en arrendamiento de capital por \$539 millones, menos la depreciación acumulada de \$108 millones al 30 de enero de 2004 y \$543 millones, menos la depreciación de \$93 millones al 31 de enero de 2003.

sino que se revisan en forma periódica. Se pagan comisiones de compromiso que oscilan entre 0.25% y 0.50% por año sobre los montos de las cartas de declaración de garantía. Las cartas de crédito pendientes sumaban \$161 millones al 30 de enero de 2004 y \$122 millones al 31 de enero de 2003. El 31 de enero de 2003, la tasa de interés por endeudamientos a corto plazo era del 1.4%. El 30 de enero de 2003 no había endeudamientos a corto plazo pendientes.

Nota 7 | Deuda a largo plazo.

(En millones de dólares) Categoría de deuda	Tasas de interés	Ejercicio de vencimiento Final	30 de enero 2004	31 de enero 2003
Deuda asegurada:¹				
Pagarés hipotecarios	7.00% a 9.25%	2028	\$ 45	\$ 55
Deuda no garantizada:				
Obligaciones	6.50% a 6.88%	2029	692	692
Pagarés	7.50% a 8.25%	2010	996	995
Pagarés a mediano plazo				
Serie A	7.35% a 8.20%	2023	74	74
Pagarés a mediano plazo ²				
Serie B	6.70% a 7.61%	2037	267	266
Pagarés prioritarios	6.38%	2005	100	100
Pagarés convertibles	0.9% a 2.5%	2021	1,136	1,119
Arrendamientos de capital	6.58% a 19.57%	2029	445	464
Total deuda a largo plazo			3,755	3,765
Menos vencimientos actuales			77	29
Deuda a largo plazo, sin incluir Vencimientos actuales			\$ 3,678	\$ 3,736

¹Al 30 de enero de 2004, se habían prendado bienes raíces con un valor contable agregado de \$86 millones como colateral para la deuda asegurada.

²Aproximadamente un 37% de estos pagarés a mediano plazo podrán tener opción de reventa a opción del tenedor en la décima o vigésima fecha aniversario de su emisión al valor nominal. En la actualidad ninguno de estos pagarés posee opción de reventa.

Los vencimientos de las deudas, sin incluir los arrendamientos de capital, para los próximos cinco años fiscales, y en lo sucesivo, son los siguientes: 2004, \$54 millones; 2005, \$608 millones; 2006, \$8 millones; 2007, \$61 millones; 2008, \$6 millones; en lo sucesivo, \$3,036 millones.

Las obligaciones, los pagarés prioritarios, los pagarés a mediano plazo y los pagarés convertibles de la Compañía contienen ciertas estipulaciones restrictivas entre las que se incluyen el mantenimiento de un índice financiero específico. La Compañía estaba cumpliendo con otras estipulaciones de estos acuerdos el 30 de enero de 2004 y el 31 de enero de 2003.

En octubre de 2001, la Compañía emitió pagarés convertibles por un monto de capital total de \$580.7 millones con un precio de emisión de \$861.03 por pagaré. El interés sobre los pagarés, con una tasa del 0.8610% anual sobre el monto de capital al momento del vencimiento, se abona con mora dos veces por año hasta octubre de 2006. Después de esa fecha, la Compañía no abonará intereses en efectivo sobre los pagarés antes del vencimiento. En lugar de ello, en octubre de 2021, cuando vencen los pagarés, el titular recibirá \$1,000 por pagaré, lo que representa un rendimiento al vencimiento de aproximadamente 1%. Los titulares pueden convertir sus pagarés en 17.212 acciones ordinarias de la Compañía, cantidad sujeta a ajuste, sólo si: el precio de venta de las acciones ordinarias de la compañía alcanza umbrales especificados, la calificación crediticia de los pagarés se encuentra por debajo de un nivel especificado, se anuncia el rescate de los pagarés, o han ocurrido determinadas transacciones. Los titulares pueden requerir que la Compañía compre todos los pagarés o una parte de ellos en octubre de 2006 a un precio de \$861.03 por pagaré más intereses acumulados en efectivo, si los hubiere, o en octubre de 2011,

a un precio de \$905.06 por pagaré. La Compañía puede optar por pagar el precio de compra de los pagarés en efectivo o en acciones ordinarias, o en una combinación de efectivo y acciones ordinarias. Además, si se produce un cambio en el control de la Compañía en octubre de 2006 o antes, cada titular puede requerir que la Compañía compre, a cambio de efectivo, todos los pagarés del titular o una parte de ellos. La Compañía puede rescatar a cambio de efectivo todos los pagarés o una parte de ellos en cualquier momento a partir de octubre de 2006, a un precio igual a la suma del precio de emisión más el descuento de emisión original acumulado y los intereses acumulados en efectivo, si los hubiere, a la fecha del rescate. Las condiciones que permitirían la conversión no se habían satisfecho al 30 de enero de 2004.

En febrero de 2001, la Compañía emitió pagarés convertibles por un monto de capital total de \$1,005 millones con un precio de emisión de \$608.41 por pagaré. No se pagará interés sobre los pagarés antes del vencimiento en febrero de 2021. En ese momento, los titulares recibirán \$1,000 por pagaré, lo que representa un rendimiento al vencimiento del 2.5%. Los titulares pueden convertir sus pagarés en cualquier momento en la fecha de vencimiento o antes, a menos que los pagarés hayan sido comprados o rescatados anteriormente, y obtener a cambio 16.448 acciones ordinarias de la Compañía por cada pagaré. Los titulares de los pagarés pueden requerir que la Compañía compre todos los pagarés o una parte de ellos en febrero de 2004 a un precio de \$655.49 por pagaré o en febrero de 2011 a un precio de \$780.01 por pagaré. En cualquiera de estas fechas, la Compañía puede optar por pagar el precio de compra de los pagarés en efectivo o en acciones ordinarias, o en una combinación de efectivo y acciones ordinarias. Además, si se produce un cambio en el control de la Compañía en febrero de 2004 o antes, cada titular puede requerir que la Compañía compre, a cambio de efectivo, todos los pagarés del titular o una parte de ellos. Los tenedores de un número insignificante de pagarés ejercieron su derecho a requerir que la Compañía compre sus pagarés en febrero de 2004, los cuales, en su totalidad, se compraron en efectivo.

Nota 8 | Instrumentos financieros.

La caja y los equivalentes de caja, las cuentas a cobrar, los préstamos a corto plazo, las cuentas comerciales a pagar y el pasivo acumulado se reflejan en los estados contables a un costo que se aproxima al valor justo. Las inversiones a corto y largo plazo, clasificadas como títulos valores disponibles para la venta, se reflejan en los estados contables a su valor justo. Se han estimado valores justos para la deuda a largo plazo utilizando la información disponible en el mercado y siguiendo las metodologías de valuación apropiadas. Sin embargo, se requiere un criterio considerable para interpretar los datos del mercado y estimar los valores justos. Por lo tanto, las estimaciones que aquí se presentan no indican necesariamente los montos que la Compañía podría obtener en el mercado actual. El uso de diferentes presunciones sobre el mercado y/o metodologías de estimación puede ejercer un efecto significativo en los montos estimados del valor justo. El valor justo de la deuda a largo plazo de la Compañía sin incluir arrendamientos de capital es el siguiente:

(En millones de dólares)	30 de enero de 2004		31 de enero de 2003	
	Valor contable	Valor justo	Valor contable	Valor justo
Pasivos:				
Deuda a largo plazo				
(Sin incluir arrendamientos de capital)				
	\$ 3,310	\$ 3,985	\$ 3,302	\$ 3,747

Los valores justos para emisiones de deuda que no cotizan en la bolsa se determinan utilizando las tasas de interés actualmente disponibles para la Compañía para la emisión de deuda con plazos y vencimientos restantes similar

Nota 9 | Utilidades por acción.

Las utilidades básicas por acción excluyen la dilución y se calculan dividiendo las utilidades netas pertinentes por el número del promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación para el período. Las utilidades diluidas por acción se calculan sobre la base del promedio ponderado de acciones ordinarias según ajuste por el posible efecto de dilución de las opciones de compra de acciones y los pagarés convertibles correspondientes a la fecha del balance. El efecto de la conversión supuesta de los pagarés prioritarios convertibles por \$580.7 millones, emitidos en octubre de 2001, se excluyó de las utilidades diluidas por acción para los ejercicios finalizados el 30 de enero de 2004 y el 1 de febrero de 2002 porque ninguna de las condiciones que permitirían la conversión se había satisfecho durante el período (ver Nota 7). A continuación se indica la conciliación de la utilidad básica por acción para 2003, 2002 y 2001.

(En millones de dólares, excepto datos por acción)	2003	2002	2001
Utilidades básicas por acción:			
Utilidades por operaciones			
continuas	\$ 1,862	\$ 1,459	\$ 1,010
Utilidades por operaciones			
discontinuas, neto de impuesto	15	12	13
Utilidad neta	\$ 1,877	\$ 1,471	\$ 1,023
Promedio ponderado de acciones			
En circulación	785	779	772
Dividendos básicos por acción:			
Operaciones continuas	\$ 2.37	\$ 1.87	\$ 1.31
Utilidades básicas por acción:			
Operaciones discontinuadas	0.02	0.02	0.02
Utilidades básicas por acción	\$ 2.39	\$ 1.89	\$ 1.33
Utilidades diluidas por acción:			
Utilidad neta	\$ 1,877	\$ 1,471	\$ 1,023
Utilidad neta, según ajuste por			
interés en deuda convertible			
Neto de impuesto	10	11	10
Utilidad neta, según ajuste	\$ 1,887	\$ 1,482	\$ 1,033
Promedio ponderado de acciones			
En circulación	785	779	772
Efecto de dilución de las opciones			
de compra de acciones	4	4	7
Efecto de dilución de la deuda			
convertible	17	17	16
Promedio ponderado de acciones			
según ajuste	806	800	795
Utilidad diluida por acción:			
Operaciones continuas	\$ 2.32	\$ 1.83	\$ 1.28
Utilidades diluidas por acción:			
Operaciones discontinuadas	0.02	0.02	0.02
Utilidad diluida por acción	\$ 2.34	\$ 1.85	\$ 1.30

Nota 10 | Capital propio

Al 30 de enero de 2004 y al 31 de enero de 2003, la cantidad de acciones ordinarias autorizadas ascendía a 2,800 millones.

La Compañía posee cinco millones de acciones preferidas autorizadas (valor nominal \$5), ninguna de las cuales se ha emitido. El Directorio puede emitir las acciones preferidas (sin acción por parte de los accionistas) en una o más series, con derechos a voto, dividendos y preferencias en caso de liquidación y con conversión y otros derechos que el Directorio indique en el momento de la emisión de tales acciones.

Al 30 de enero de 2004, la Compañía poseía un plan de derechos de los accionistas que dispone una distribución que otorga el derecho de compra de 0.5 acciones preferidas por cada acción ordinaria en circulación. Los derechos de compra se ejercerían y distribuirían solamente si una persona o un grupo adquiere o inicia una oferta por el 15% o más de las acciones ordinarias de la Compañía. Una vez que se puede ejercer, cada derecho de compra de 0.5 daría a los accionistas (excepto a la persona o grupo comprador) el derecho de comprar una unidad de una serie de acciones preferidas por \$76.25; el precio de la unidad para la persona o el grupo comprador en ese caso sería de \$152.50. La intención era que cada unidad sea equivalente a una acción ordinaria. El plan fue adoptado como factor disuasivo contra las ofertas no solicitadas para adquirir control de la Compañía. Los derechos expirarán en 2008, salvo que la Compañía los haya canjeado o intercambiado antes. En abril de 2004, el Directorio autorizó el término del plan de derechos de los accionistas y el canje relacionado de todos los derechos de compra en virtud de este plan. Estos derechos se canjearon por la veinteaava parte de un centavo (\$0.0005) por acción, o aproximadamente \$400 mil.

En diciembre de 2003, el Directorio aprobó un programa de recompra de acciones de hasta \$1 mil millones hasta 2005. Se pretenden implementar este programa mediante compras ocasionales en el mercado abierto o a través de transacciones privadas. Las acciones compradas bajo el programa de recompra de acciones se retirarán y regresarán al estado de no emitidas. Dado que no se habían recomprado acciones al 30 de enero de 2004, el programa de recompra de acciones tenía un saldo autorizado restante de \$1 mil millones para futuras recompras de acciones ordinarias.

La Compañía otorgó gratificaciones de acciones restringidas de 550,000 acciones con un promedio ponderado de valor justo por acción de \$39.30 en 2003. No se otorgaron gratificaciones de acciones restringidas en 2002 ni 2001. Se otorgaron gratificaciones de acciones restringidas de 20,000 y 1,741,400 acciones con un promedio ponderado de valor justo de \$17.57 y \$12.40 a ciertos ejecutivos en 1998 and 1997, respectivamente. Los gastos relacionados (cargados a gastos en compensación) para 2003, 2002 y 2001 ascendieron a \$5 millones, \$0 millones y \$2 millones, respectivamente.

La Compañía tiene tres planes de incentivos para la compra de acciones, a los que se conoce como Programas de incentivo "2001," "1997" y "1994", en virtud de los cuales se pueden conceder a empleados clave incentivos y opciones de compra de acciones no calificadas. No se podrán hacer adjudicaciones después de 2011 bajo el plan 2001, después de 2007 bajo el plan 1997 y después de 2004 bajo el plan 1994. Las opciones de compra de acciones generalmente son por períodos de siete años; normalmente confieren manera uniforme a lo largo de tres años y se asigna a las opciones un precio de ejercicio que no es inferior al del valor justo de mercado en la fecha en que se otorgan. Al 30 de enero de 2003, había 18.170.634; 2.246.803 y 154.755 acciones disponibles para su otorgamiento bajo los planes 2001, 1997 y 1994, respectivamente.

A continuación se presenta un resumen de las opciones de compra de acciones relacionadas con los Planes de incentivo 2001, 1997 y 1994.

Planes opción de compra de acciones para empleados clave

	Acciones (En miles de dólares)	Promedio ponderado precio de ejercicio por acción
En circulación al 2 de febrero de 2001	15,508	\$19.43
Otorgadas	10,866	34.17
Canceladas o vencidas	(1,611)	25.50
Ejercidas	(5,622)	14.99
En circulación al 1 de febrero de 2002	19,141	\$28.77
Otorgadas	5,537	43.65
Canceladas o vencidas	(1,085)	34.28
Ejercidas	(2,942)	22.20
En circulación al 31 de enero de 2003	20,651	\$33.37
Otorgadas	4,868	40.27
Canceladas o vencidas	(1,129)	39.66
Ejercidas	(3,745)	26.20
En circulación al 30 de enero de 2004	20,645	\$35.78
Ejercibles al 30 de enero de 2004	7,525	\$27.58
Ejercibles al 31 de enero de 2003	7,770	\$23.75
Ejercibles al 1 de febrero de 2002	6,707	\$21.67

Margen de precio del ejercicio	En circulación			Ejercibles		
	Opciones (En miles)	Promedio ponderado período restante	Promedio ponderado precio del ejercicio	Opciones (En miles)	Promedio ponderado precio del ejercicio	
\$ 5.18 - \$ 7.52	72	1.6	\$ 5.92	72	\$ 5.92	
8.70 - 12.60	21	2.4	11.16	21	11.16	
13.19 - 19.44	187	3.6	14.92	187	14.92	
21.34 - 31.16	7,701	6.4	25.49	5,946	24.90	
32.04 - 47.00	12,663	8.3	42.55	1,299	43.15	
\$ 58.93	1	9.8	58.93	-	-	
Totales	20,645	7.5	\$ 35.78	7,525	\$ 27.58	

Durante 1999, los accionistas de la Compañía aprobaron el Plan de Opción de Compra de Acciones para los Directores de Lowe's Companies, Inc., el cual reemplazó al Programa de Incentivo para la Compra de Acciones para Directores que terminó el 29 de mayo de 1998. Durante el período del Plan, a cada miembro del Directorio que no sea empleado de la Compañía se le otorgarán 4,000 opciones en la fecha de la primera reunión de directorio después de cada asamblea anual de los accionistas de la Compañía (fecha de adjudicación). La cantidad máxima de acciones disponibles para su adjudicación en virtud del Plan es de 500,000, y esta cantidad está sujeta a ajustes. No se podrán realizar adjudicaciones en virtud del Plan después de la fecha de adjudicación en 2008. Se confieren las opciones de manera uniforme a lo largo de tres años; las opciones vencen después de siete años y se les asigna un precio igual al valor de mercado justo de las acciones ordinarias de la Compañía en la fecha del otorgamiento.

A continuación se presenta un resumen de las opciones de compra de acciones relacionadas con el Plan de Opción de Compra de Acciones para Directores:

Planes de opción de compra para directores

	Acciones (En miles de dólares)	Promedio ponderado precio de ejercicio por acción
En circulación al 2 de febrero de 2001	60	\$24.27
Otorgadas	40	35.91
En circulación al 1 de febrero de 2002	100	\$28.92
Otorgadas	40	47.16
Ejercidas	(4)	25.85
En circulación al 31 de enero de 2003	136	\$34.38
Otorgadas	36	42.26
Ejercidas	(25)	28.74
Canceladas o vencidas	(12)	43.03
En circulación al 30 de enero de 2004	135	\$36.77
Ejercibles al 30 de enero de 2004	71	\$31.28
Ejercibles al 31 de enero de 2003	59	\$27.06
Ejercibles al 1 de febrero de 2002	29	\$24.77

Durante el año 2000, la Compañía estableció un plan de compras de acciones para empleados calificados que permite a los empleados elegibles participar en la compra de acciones designadas de las acciones ordinarias de la Compañía. Para este plan, se autorizaron diez millones de acciones, de las cuales 4.653.731 permanecen disponibles al 31 de enero de 2004. El precio de compra de estas acciones es igual al 85% del precio de cierre al comienzo o al final de cada período de compra de acciones semestral, el que sea menor. La Compañía emitió 1,441,518, 1,341,241 y 1,688,966 acciones ordinarias de acuerdo con este plan durante 2003, 2002 y 2001, respectivamente. Como se observó en la Nota 1, vigente desde el 1 de febrero de 2003, la Compañía adoptó las disposiciones de reconocimiento del valor justo de la norma SFAS N°123 para todos los empleados cuyas adjudicaciones se han otorgado o modificado después del 31 de enero de 2003. Como resultado, durante el 2003, la Compañía reconoció gastos en compensación que totalizaron \$13 millones en relación con las acciones emitidas en virtud del Plan de Compra de Acciones para los Empleados durante ese período, que está incluido en el gasto de compensación por \$41 millones reconocido en el 2003. Ni en el 2002 ni en el 2001 se registraron gastos de compensación en relación con el Plan de Compra de Acciones para los Empleados, puesto que el plan estaba calificado como no compensatorio según el método de valor intrínseco. La compañía declara ingresos globales en su estado consolidado del capital propio.

El ingreso global representa los cambios en el patrimonio neto de fuentes que no son propias. Para el período de tres años que finalizó el 30 de enero de 2004, las ganancias/pérdidas por tenencia no realizadas por valores disponibles para la venta fueron los únicos componentes de otros ingresos globales para la Compañía y fueron insignificantes. Los ajustes por reclasificación para ganancias/pérdidas incluidos en las utilidades netas para 2003, 2002, y 2001 también fueron insignificantes.

Nota 11 | Arrendamientos.

La Compañía arrienda algunas tiendas bajo contratos con períodos originales generalmente de 20 años. Algunos acuerdos de arrendamiento contienen cláusulas de reajuste de alquiler que se cargan a los gastos de alquiler en forma lineal. Algunos contratos también disponen un arrendamiento contingente basado en el comportamiento de las ventas superiores a mínimos especificados. En 2003, 2002 y 2001, los arrendamientos contingentes han sido nominales. Generalmente, los arrendamientos disponen cuatro opciones de renovación de cinco años cada una. La Compañía también arrienda cierto equipo bajo contratos que van de dos a cinco años. Estos contratos usualmente contienen opciones de renovación que disponen una renegociación del arrendamiento, a opción de la Compañía, sobre la base del valor justo de mercado en ese momento.

A continuación se presenta un resumen de los pagos futuros mínimos por arrendamientos en virtud de arrendamientos operativos y de capital con períodos de arrendamiento inicial o remanente no cancelable de más de un año:

Ejercicio	Arrendamientos operativos		Arrendamientos de capital		Total
	Inmuebles	Equipamiento	Inmuebles	Equipamiento	
2004	\$ 224	\$ 1	\$ 58	\$ 2	\$ 285
2005	220	1	59	1	281
2006	217	-	59	1	277
2007	217	-	59	1	277
2008	215	-	58	-	273
Ejercicios posteriores	2,125	-	472	-	2,597
Total Mínimo					
Pagos de arrendamientos	\$3,218	\$2	\$765	\$5	\$3,990
Pagos totales de arrendamiento de capital mínimo			\$ 770		
Menos cantidad que representa intereses			325		
Valor actual de los pagos por arrendamientos mínimos			445		
Menos vencimientos actuales			23		
Valor actual de los pagos mínimos por arrendamientos, menos vencimientos actuales			\$ 422		

Los gastos por arrendamientos en virtud de arrendamientos operativos de inmuebles y equipo ascendieron a \$233 millones, \$215 millones y \$188 millones en 2003, 2002 and 2001, respectivamente. En el ejercicio 2002, la Compañía ejerció su opción de compra para adquirir todas las propiedades arrendadas bajo determinados acuerdos de arrendamientos operativos por \$261.5 millones, cantidad cercana al costo original de los activos. La Compañía contaba con tres acuerdos de arrendamientos operativos en los cuales los arrendadores se comprometieron a comprar tierra, financiar los costos de construcción y arrendar los bienes inmuebles a la compañía. La Compañía había financiado cuatro centros de distribución regionales y 14 tiendas minoristas a través de estos acuerdos de arrendamiento. Al efectuar la recompra de estas propiedades, se dieron por finalizados los tres arrendamientos operativos.

Nota 12 | Planes de retiro de los empleados.

A partir de septiembre de 2002, el Plan de Adquisición de Acciones por parte de los Empleados (ESOP, por las iniciales en inglés) se fusionó con el Plan 401(k) de Lowe's Companies (el Plan 401(k) o el Plan). Bajo el Plan 401(k) no se harán más contribuciones a las cuentas ESOP de los participantes. El saldo de la cuenta de cada uno de los participantes del ESOP se transfirió a una cuenta separada bajo el Plan 401(k) a la fecha de la fusión. La fusión dio a los participantes del ESOP mayor control y flexibilidad de sus ahorros para el retiro al permitirles diversificar el saldo de la cuenta en el ESOP en una gama más amplia de opciones de inversión disponibles en el Plan 401(k). Al momento de la fusión, se había conferido el ejercicio del 100% de las acciones del ESOP. No hubo gastos relacionados con el ESOP para 2003 ni 2002. Los gastos relacionados con el ESOP en 2001 fueron de \$119 millones.

Como resultado de la fusión del ESOP con el Plan 401(k), la Compañía aumentó su contribución al Plan 401(k), la cual incluye ahora dos tipos de contribuciones. La Compañía continua haciendo la contribución tradicional en cada período de pago de sueldo basándose en una fórmula que iguala las contribuciones de los empleados. Además, a partir de 2002, la Compañía ofrece una contribución por desempeño a participantes elegibles del Plan 401(k) basada en el crecimiento de las utilidades netas antes de impuestos para el ejercicio fiscal. Los participantes del Plan 401(k) deben tener tres o más años de servicio y estar empleados activamente al último día del ejercicio fiscal para ser elegibles para la contribución por desempeño. La contribución por desempeño se acreditará en las cuentas de los participantes en el mes de abril del año siguiente. Los empleados son elegibles para participar en el Plan 401(k) después de haber completado 90 días de servicio continuado. Las contribuciones de la Compañía al Plan 401(k) se acreditan inmediatamente a la cuenta del participante. Los participantes pueden elegir entre un grupo de fondos mutuos para determinar de qué manera se invertirán tanto las contribuciones del empleado como las del empleador. Las acciones ordinarias de la Compañía son también una de las opciones de inversión para las contribuciones al Plan. El derecho de voto por las acciones de la Compañía mantenidas en el plan en nombre de los participantes es ejercido por los participantes. Una vez que los participantes alcanzan la edad de 59 1/2, pueden optar por retirar todo el saldo del Plan 401(k). Esta es una oportunidad de distribución durante el servicio activo disponible una sola vez. Los participantes también pueden retirar las contribuciones y las contribuciones transferidas mientras están empleados activamente por motivos de necesidad extrema. Además, los participantes que tienen 20 o más años de servicio, y que tienen un saldo de cuenta trasladado del ESOP en el Plan 401(k), pueden optar por única vez por una distribución del 50% del saldo de esta cuenta mientras se encuentran en servicio. Los aportes de la Compañía al Plan 401(k) para 2003, 2002 y 2001 fueron \$83 millones, \$115 millones y \$15 millones, respectivamente.

La Compañía adoptó originalmente un Plan de Restauración de Beneficios (BRP por las iniciales en inglés) el 1 de febrero de 1990. Este plan fue modificado y restablecido con vigencia a partir del 3 de agosto de 2002. El BRP es un plan no financiado y está diseñado para suministrar beneficios adicionales a los suministrados bajo el Plan 401(k) a participantes del Plan 401(k) cuyos beneficios están restringidos como resultado de determinadas disposiciones del IRC (Código de Rentas Internas) de 1986. La contribución de la Compañía al BRP alcanzó los \$4 millones, \$2 millones y \$0 millones en 2003, 2002 y 2001, respectivamente.

Nota 13 | Impuesto a las ganancias.

A continuación se presenta una conciliación de la tasa impositiva efectiva con la tasa impositiva estatutaria federal para las operaciones continuas.

	2003	2002	2001
Tasa impositiva estatutaria del ingreso federal	35.0%	35.0%	35.0%
Impuestos estatales a las ganancias— Neto de federales			
Beneficio impositivo	3.1	3.3	3.0
Gasto en compensación basada en acciones	0.2	0.0	0.0
Otros, neto	(0.4)	(0.7)	(1.0)
Tasa impositiva efectiva	37.9%	37.6%	37.0%

(En millones de dólares)	Componentes de la provisión para el impuesto a las ganancias para operaciones continuas		
Actual			
Federal	\$ 833	\$ 590	\$ 485
Estatal	124	82	67
Total actual	957	672	552
Diferido			
Federal	161	172	34
Estatal	18	36	7
Total diferido	179	208	41
Total provisión para el impuesto a las ganancias	\$1,136	\$ 880	\$ 593

El efecto impositivo de las diferencias temporales acumuladas que dieron origen a los activos y pasivos impositivos diferidos al 30 de enero de 2004 y al 31 de enero de 2003 es el siguiente:

(En millones de dólares)	30 enero de 2004		
	Activo	Pasivo	Total
Costo de exceso de bienes			
inmuebles y cierre de tiendas	\$ 22	\$ -	\$ 22
Autoseguro	30	-	30
Depreciación	-	(674)	(674)
Acumulación de vacaciones	5	-	5
Previsión por ventas devueltas	32	-	32
Otros, Neto	18	(31)	(13)
Total	\$ 107	\$ (705)	\$ (598)

(En millones de dólares)	31 de enero de 2003		
	Activo	Pasivo	Total
Costo de exceso de bienes			
inmuebles y cierre de tiendas	\$ 24	\$ -	\$ 24
Autoseguro	58	-	58
Depreciación	-	(498)	(498)
Acumulación de vacaciones	5	-	5
Previsión por ventas devueltas	26	-	26
Otros, Neto	6	(41)	(35)
Total	\$ 119	\$ (539)	\$ (420)

Nota 14 | Litigios.

La compañía es la parte demandada en procedimientos judiciales que se consideran en el curso normal de los negocios, y se estima que ninguno de los cuales, a nivel singular o colectivo, tiene un riesgo o un efecto significativo en los estados financieros de la Compañía.

Nota 15 | Otra información.

Los gastos netos por intereses se componen de la siguiente manera:

(En millones de dólares)	2003	2002	2001
Deuda a largo plazo	\$ 157	\$ 163	\$ 161
Intereses hipotecarios	5	5	8
Arrendamientos de capital	40	40	41
Deuda a corto plazo	-	1	4
Amortización de emisión original			
Costos por descuentos y préstamos	19	19	18
Ingresos por intereses	(15)	(21)	(24)
Intereses capitalizados	(26)	(25)	(34)
Gasto neto por intereses	\$ 180	\$ 182	\$ 174

Información complementaria sobre el flujo de caja:

(En millones de dólares)	2003	2002	2001
Efectivo pagado por intereses			
(Neto del monto capitalizado)	\$ 179	\$ 186	\$ 178
Efectivo pagado por impuesto a las ganancias	\$ 926	\$ 695	\$ 532

Actividades financieras y de inversión sin movimiento de efectivo:

Activos fijos adquiridos bajo			
Arrendamientos de capital	\$ 3	\$ 16	\$ 13
Acciones ordinarias emitidas para el ESOP (Nota 12)	-	79	63
Acciones ordinarias emitidas para ejecutivos y directores, netas de compensación no salarial	-	-	2
Documentos comerciales recibidos por venta de inmuebles	\$ -	\$ 4	\$ 4

Lowe's Companies, Inc.

Análisis trimestral del comportamiento (No auditado)

Estado de utilidades

(En millones de dólares, excepto datos por acción)

Trimestre terminado	Ejercicio 2003				Ejercicio 2002			
	1/30/04	10/31/03	8/1/03	5/2/03	1/31/03	11/1/02	8/2/02	5/3/02
Ventas netas	\$ 7,252	\$ 7,802	\$ 8,666	\$ 7,118	\$ 6,037	\$ 6,317	\$ 7,385	\$ 6,373
Margen bruto	2,321	2,441	2,626	2,219	1,918	1,945	2,182	1,903
Gastos:								
Gastos por ventas, generales y administrativos	1,378	1,450	1,416	1,299	1,151	1,178	1,219	1,128
Gastos por apertura de tiendas	45	37	27	19	40	28	24	37
Depreciación	203	192	184	179	168	158	152	144
Intereses	45	42	45	48	45	44	46	47
Gastos totales	1,671	1,721	1,672	1,545	1,404	1,408	1,441	1,356
Utilidades antes de deducir impuestos	650	720	954	674	514	537	741	547
Provisión para el impuesto a las ganancias	249	272	360	255	197	201	277	205
Utilidades de operaciones continuas	401	448	594	419	317	336	464	342
Utilidades por operaciones discontinuadas, deducidos los impuestos								
	6	4	3	2	2	3	3	4
Utilidad neta	\$ 407	\$ 452	\$ 597	\$ 421	\$ 319	\$ 339	\$ 467	\$ 346
Utilidad básica por acción	\$ 0.52	\$ 0.58	\$ 0.76	\$ 0.54	\$ 0.41	\$ 0.44	\$ 0.60	\$ 0.45
Utilidad diluida por acción	\$ 0.51	\$ 0.56	\$ 0.75	\$ 0.53	\$ 0.40	\$ 0.43	\$ 0.59	\$ 0.44

Cambios en el estado de utilidades

Cambios con relación al mismo trimestre el año anterior, al décimo más cercano

Trimestre terminado	Ejercicio 2003				Ejercicio 2002			
	1/30/04	10/31/03	8/1/03	5/2/03	1/31/03	11/1/02	8/2/02	5/3/02
Ventas netas	20.1%	23.5%	17.3%	11.7%	16.8%	18.1%	22.8%	23.0%
Margen bruto	21.0	25.5	20.3	16.6	24.0	23.9	28.7	29.0
Gastos:								
Gastos por ventas, generales y administrativos	19.7	23.1	16.2	15.2	16.4	23.0	23.8	21.8
Gastos por apertura de tiendas	12.5	32.1	12.5	(48.6)	21.2	(34.9)	(14.3)	2.8
Depreciación	20.8	21.5	21.1	24.3	21.7	18.8	22.6	22.0
Intereses	0.0	(4.5)	(2.2)	2.1	(4.3)	2.3	7.0	14.6
Gastos totales	19.0	22.2	16.0	13.9	16.3	19.6	22.1	21.0
Utilidades antes de deducir impuestos	26.5	34.1	28.7	23.2	51.2	36.6	43.6	54.5
Provisión para el impuesto a las ganancias	26.4	35.3	30.0	24.4	56.3	38.6	45.0	56.5
Utilidades de operaciones continuas	26.5	33.3	28.0	22.5	48.1	35.5	42.8	53.4
Utilidades por operaciones discontinuadas, deducidos los impuestos								
	200.0	33.3	0.0	(50.0)	(50.0)	0.0	(25.0)	100.0
Utilidad neta	27.6	33.3	27.8	21.7	46.3	35.1	41.9	53.8
Utilidad básica por acción	26.8	31.8	26.8	20.0	46.4	37.5	39.5	55.2
Utilidad diluida por acción	27.5%	30.2%	25.4%	20.5%	42.9%	34.4%	40.5%	51.7%

Porcentajes del estado de utilidades

Porcentaje de ventas redondeado al centésimo más cercano; el impuesto a las ganancias es un porcentaje de las utilidades antes de deducir impuestos

Trimestre terminado	Ejercicio 2003				Ejercicio 2002			
	1/30/04	10/31/03	8/1/03	5/2/03	1/31/03	11/1/02	8/2/02	5/3/02
Ventas netas	100.00%							
Margen bruto	32.00	31.29	30.30	31.17	31.77	30.79	29.55	29.86
Gastos:								
Gastos por ventas, generales y administrativos	19.00	18.59	16.34	18.25	19.07	18.65	16.51	17.70
Gastos por apertura de tiendas	0.62	0.47	0.31	0.27	0.66	0.44	0.32	0.58
Depreciación	2.80	2.46	2.12	2.51	2.78	2.50	2.06	2.26
Intereses	0.62	0.54	0.52	0.67	0.75	0.70	0.62	0.74
Gastos totales	23.04	22.06	19.29	21.70	23.26	22.29	19.51	21.28
Utilidades antes de deducir impuestos	8.96	9.23	11.01	9.47	8.51	8.50	10.04	8.58
Provisión para el impuesto a las ganancias	38.31	37.78	37.74	37.83	38.33	37.43	37.38	37.48
Utilidades de operaciones continuas	5.53	5.74	6.85	5.89	5.25	5.32	6.28	5.37
Utilidades por operaciones discontinuadas, deducidos los impuestos								
	0.08	0.05	0.04	0.02	0.03	0.05	0.04	0.06
Utilidad neta	5.61%	5.79%	6.89%	5.91%	5.28%	5.37%	6.32%	5.43%

Comportamiento de las acciones (No auditado)

Variación trimestral de la cotización de las acciones de Lowe's y pago de dividendos en efectivo*

	Ejercicio 2003			Ejercicio 2002			Ejercicio 2001		
	Máxima	Mínima	Dividendo	Máxima	Mínima	Dividendo	Máxima	Mínima	Dividendo
1er Trimestre	\$ 46.00	\$ 33.37	\$ 0.025	\$ 47.78	\$ 41.35	\$ 0.020	\$ 32.30	\$ 24.79	\$ 0.018
2do Trimestre	48.71	38.20	0.025	49.99	32.70	0.020	39.86	30.30	0.020
3er Trimestre	59.95	45.54	0.030	46.00	32.50	0.020	39.30	24.99	0.020
4to Trimestre	\$ 60.42	\$ 50.75	\$ 0.030	\$ 43.80	\$ 33.86	\$ 0.025	\$ 48.88	\$ 33.70	\$ 0.020

* Ajustado para reflejar la reestructuración accionaria de 2 por 1 a los accionistas registrados en el libro de acciones al 8 de junio de 2001, según corresponda.

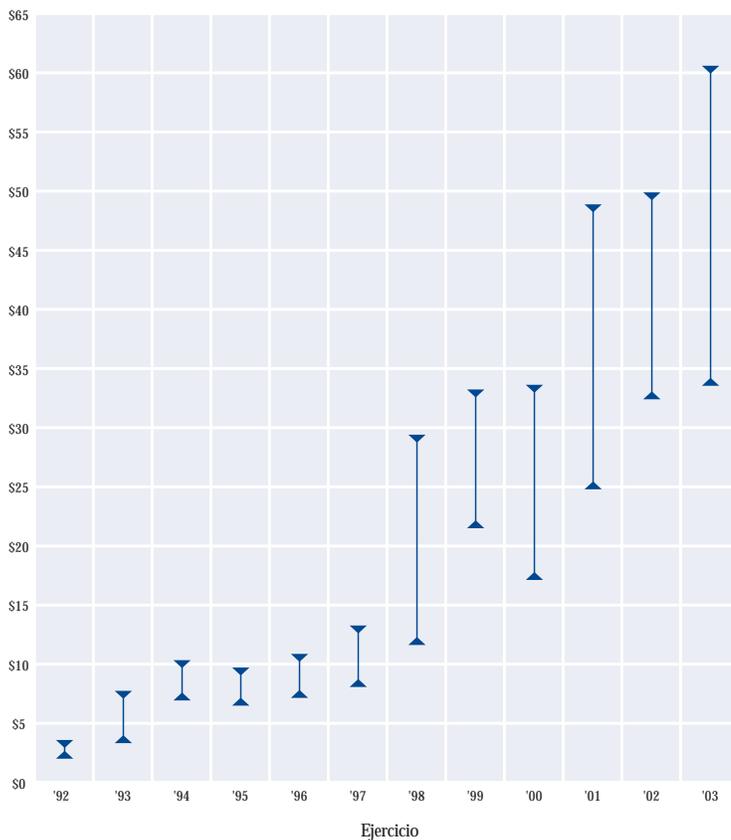
Cotización mensual de las acciones y volumen de las operaciones

	Ejercicio 2003			Ejercicio 2002		
	Máxima	Mínima	Acciones negociadas	Máxima	Mínima	Acciones negociadas
Febrero	\$ 39.66	\$ 33.37	89,268,500	\$ 47.78	\$ 43.25	81,973,500
Marzo	42.67	35.96	105,728,700	45.60	41.35	89,027,000
Abril	46.00	40.30	98,630,100	45.70	41.90	63,379,000
Mayo	46.43	38.20	128,446,200	49.99	41.27	107,985,100
Junio	45.84	42.09	96,608,800	48.54	43.35	95,407,400
Julio	48.71	41.81	92,624,300	46.43	32.70	140,961,400
Agosto	54.95	45.54	84,578,200	44.20	32.50	122,640,500
Septiembre	55.90	50.30	87,847,300	46.00	39.59	103,912,600
Octubre	59.95	52.00	80,708,800	44.81	36.49	135,960,900
Noviembre	60.42	56.80	58,594,200	43.80	37.83	119,179,600
Diciembre	58.62	52.44	75,445,000	42.68	36.50	82,486,600
Enero	\$ 56.25	\$ 50.75	91,458,800	\$ 39.51	\$ 33.86	120,264,700

Fuente: The Wall Street Journal, Bloomberg

Precio máximo/mínimo de las acciones de Lowe

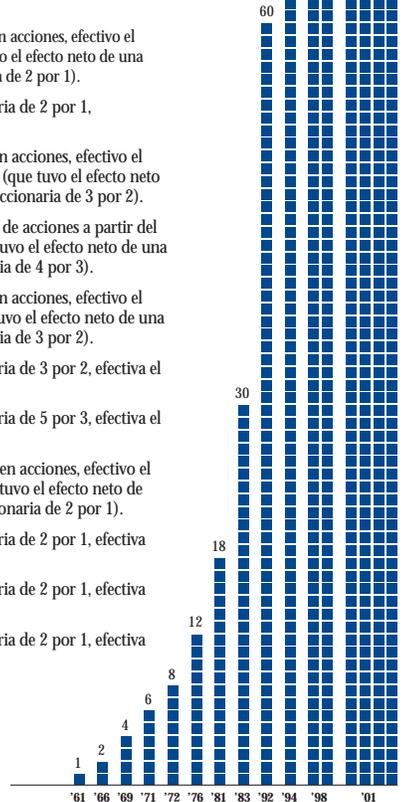
Ajustado para todas las reestructuraciones



Reestructuración accionaria y dividendos de acciones

Desde 1961

- Dividendo pagado 100% en acciones, efectivo el 5 de abril de 1966 (que tuvo el efecto neto de una reestructuración accionaria de 2 por 1).
- Reestructuración accionaria de 2 por 1, efectiva al 18, 1969.
- Dividendo pagado 50% en acciones, efectivo el 30 de noviembre de 1971 (que tuvo el efecto neto de una reestructuración accionaria de 3 por 2).
- Un 33 1/3% de dividendos de acciones a partir del 25 de julio de 1972 (que tuvo el efecto neto de una reestructuración accionaria de 4 por 3).
- Dividendo pagado 50% en acciones, efectivo el 2 de junio de 1976 (que tuvo el efecto neto de una reestructuración accionaria de 3 por 2).
- Reestructuración accionaria de 3 por 2, efectiva el 2 de noviembre de 1981.
- Reestructuración accionaria de 5 por 3, efectiva el 29 de abril de 1983.
- Dividendo pagado 100% en acciones, efectivo el 29 de junio de 1992 (que tuvo el efecto neto de una reestructuración accionaria de 2 por 1).
- Reestructuración accionaria de 2 por 1, efectiva el 4 de abril de 1994.
- Reestructuración accionaria de 2 por 1, efectiva el 29 de junio de 1998.
- Reestructuración accionaria de 2 por 1, efectiva el 2 de julio de 2001.



Lowe's Companies, Inc.

Datos financieros seleccionados (No auditados)

(En millones de dólares, excepto datos por acción)	2003	2002	2001	2000	1999
Datos seleccionados del estado de utilidades:					
Ventas netas	\$ 30,838	\$ 26,112	\$ 21,714	\$ 18,368	\$ 15,445
Margen bruto	9,607	7,948	6,287	5,208	4,288
Utilidades por operaciones continuas	1,862	1,459	1,010	796	658
Utilidades por operaciones discontinuadas,					
Deducidos los impuestos	15	12	13	14	15
Utilidad neta	1,877	1,471	1,023	810	673
Utilidades básicas por acción: operaciones continuas	2.37	1.87	1.31	1.04	0.86
Utilidades básicas por acción: operaciones discontinuadas	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Utilidades básicas por acción	2.39	1.89	1.33	1.06	0.88
Utilidades diluidas por acción: operaciones continuas	2.32	1.83	1.28	1.03	0.86
Utilidades diluidas por acción: operaciones discontinuadas	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Utilidades diluidas por acción	2.34	1.85	1.30	1.05	0.88
Dividendos por acción	\$ 0.11	\$ 0.09	\$ 0.08	\$ 0.07	\$ 0.06
Datos seleccionados del balance de situación:					
Total del activo	\$ 19,042	\$ 16,109	\$ 13,736	\$ 11,358	\$ 9,007
Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales	\$ 3,678	\$ 3,736	\$ 3,734	\$ 2,698	\$ 1,727

Datos trimestrales seleccionados:	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
2003				
Ventas netas	\$ 7,118	\$ 8,666	\$ 7,802	\$ 7,252
Margen bruto	2,219	2,626	2,441	2,321
Utilidades por operaciones continuas	419	594	448	401
Utilidades por operaciones discontinuadas,				
Deducidos los impuestos	2	3	4	6
Utilidad neta	421	597	452	407
Utilidades básicas por acción: operaciones continuas	0.54	0.76	0.57	0.51
Utilidades básicas por acción: operaciones discontinuadas	–	–	0.01	0.01
Utilidades básicas por acción	0.54	0.76	0.58	0.52
Utilidades diluidas por acción: operaciones continuas	0.53	0.75	0.55	0.50
Utilidades diluidas por acción: operaciones discontinuadas	–	–	0.01	0.01
Utilidades diluidas por acción	\$ 0.53	\$ 0.75	\$ 0.56	\$ 0.51
2002				
Ventas netas	\$ 6,373	\$ 7,385	\$ 6,317	\$ 6,037
Margen bruto	1,903	2,182	1,945	1,918
Utilidades por operaciones continuas	342	464	336	317
Utilidades por operaciones discontinuadas,				
Deducidos los impuestos	4	3	3	2
Utilidad neta	346	467	339	319
Utilidades básicas por acción: operaciones continuas	0.44	0.59	0.44	0.41
Utilidades básicas por acción: operaciones discontinuadas	0.01	0.01	–	–
Utilidades básicas por acción	0.45	0.60	0.44	0.41
Utilidades diluidas por acción: operaciones continuas	0.43	0.58	0.43	0.40
Utilidades diluidas por acción: operaciones discontinuadas	0.01	0.01	–	–
Utilidades diluidas por acción	\$ 0.44	\$ 0.59	\$ 0.43	\$ 0.40

Nota: Los datos financieros seleccionados se han ajustado para reflejar las 26 instalaciones de Contractor Yard vendidas en 2003 como una operación discontinuada para todos los periodos.

Ventas por categoría de producto

(En millones de dólares)	2003		2002		2001		(En millones de dólares)	2003		2002		2001	
	Total Ventas	%	Total Ventas	%	Total Ventas	%		Total Ventas	%	Total Ventas	%	Total Ventas	%
Aparatos eléctricos	\$ 3,508	11%	\$ 2,987	11%	\$ 2,413	11%	Herramientas	\$ 1,691	5%	\$ 1,474	5%	\$ 1,264	6%
Madera	2,642	9	2,224	9	2,006	9	Materiales de construcción	\$ 1,659	5%	\$ 1,404	5%	\$ 1,252	6%
Pintura	2,040	7	1,731	7	1,420	7	Gabinetes/Muebles	1,233	4	1,028	4	809	4
Carpintería	2,036	7	1,718	7	1,447	7	Equipos de energía para exteriores	1,231	3	1,004	4	817	3
Productos para usar al aire libre	2,011	7	1,732	7	1,441	7	Plomería básica	978	3	844	3	704	3
Pisos	1,992	6	1,645	6	1,264	6	Paredes/Ventanas	844	3	704	3	550	2
Viveros	1,935	6	1,651	6	1,401	6	Instalaciones eléctricas básicas	787	3	681	2	581	3
Productos eléctricos decorativos	1,850	6	1,581	6	1,310	6	Organización del hogar	667	2	527	2	419	2
Plomería decorativa	1,812	6	1,551	6	1,263	6	Otros	176	1	141	1	107	1
Ferretería	1,746	6	1,485	6	1,246	5	Totales	\$30,838	100%	\$26,112	100%	\$21,714	100%

Historia financiera (No auditada)

Información financiera de 10 años.

Ejercicio terminado el	5 años CGR	30 de enero 2004	31 de enero 2003	1 de febrero 2002	2 de febrero* 2001	28 de enero 2000	
Tiendas y personal¹							
1	Número de tiendas	13.9	952	828	718	624	550
2	Superficie en pies cuadrados (En millones de dólares)	17.9	108.8	94.7	80.7	67.8	57.0
3	Número de empleados	15.4	147,052	120,692	107,404	93,669	85,145
4	Transacciones de clientes (En millones de dólares)	14.2	521	460	394	342	299
5	Venta promedio		\$ 59.21	\$ 56.80	\$ 55.05	\$ 53.78	\$ 51.73
Estados comparativos de ingresos (En millones de dólares)¹							
6	Ventas	19.0	\$ 30,838	\$ 26,112	\$ 21,714	\$ 18,368	\$ 15,445
7	Depreciación	21.6	758	622	513	405	332
8	Intereses	17.3	180	182	174	121	85
9	Utilidades antes de deducir impuestos	31.4	2,998	2,339	1,603	1,258	1,038
10	Provisión para el impuesto a las ganancias	NS	1,136	880	593	462	380
11	Utilidades por operaciones continuas	30.8	1,862	1,459	1,010	796	658
12	Utilidades por operaciones discontinuadas, Deducidos los impuestos	3.2	15	12	13	14	15
13	Utilidad neta	30.3	1,877	1,471	1,023	810	673
14	Dividendos en efectivo	16.2	87	66	60	53	48
15	Utilidades retenidas	31.3	\$ 1,790	\$ 1,405	\$ 963	\$ 757	\$ 625
Dólares por acción (Promedio ponderado, con el supuesto de dilución)							
16	Ventas¹	17.3	\$ 38.26	\$ 32.64	\$ 27.31	\$ 23.89	\$ 20.11
17	Utilidades	28.4	2.34	1.85	1.30	1.05	0.88
18	Dividendos en efectivo	12.9	0.11	0.09	0.08	0.07	0.06
19	Utilidades retenidas	29.5	2.22	1.76	1.21	0.98	0.81
20	Capital propio	21.6	\$ 12.79	\$ 10.38	\$ 8.40	\$ 7.15	\$ 6.12
Índices financieros							
21	Rotación del activo ^{1, 2}		1.91	1.90	1.91	2.04	2.18
22	Rentabilidad de las ventas ^{1, 3}		6.09%	5.63%	4.71%	4.41%	4.36%
23	Rentabilidad del activo ⁴		11.65%	10.71%	9.01%	8.99%	9.50%
24	Rentabilidad del capital propio ⁵		22.61%	22.04%	18.62%	17.25%	18.59%
Balance comparativo (En millones de dólares)							
25	Total activo corriente	18.5	\$ 6,687	\$ 5,568	\$ 4,920	\$ 4,157	\$ 3,688
26	Efectivo e inversiones a corto plazo	45.5	1,624	1,126	853	469	569
27	Cuentas a cobrar—Neto	(1.9)	131	172	166	161	148
28	Mercaderías en inventario	14.0	4,584	3,968	3,611	3,285	2,812
29	Otros activos corrientes	45.1	289	244	197	161	105
30	Activos fijos—Neto	23.9	11,945	10,352	8,653	7,035	5,177
31	Otros activos	17.5	241	160	141	131	111
32	Total del activo	21.9	19,042	16,109	13,736	11,358	9,007
33	Total pasivo corriente	17.8	4,368	3,578	3,017	2,911	2,380
34	Cuentas a pagar	14.2	2,366	1,943	1,715	1,714	1,561
35	Otros pasivos corrientes	41.2	1,516	1,162	796	662	401
36	Capital/Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales	21.9	3,678	3,736	3,734	2,698	1,727
37	Total pasivo	20.3	8,733	7,807	7,062	5,863	4,311
38	Capital propio	23.3	\$ 10,309	\$ 8,302	\$ 6,674	\$ 5,495	\$ 4,695
39	Capital/Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales		2.80	2.22	1.79	2.04	2.72
40	Factor de apalancamiento al cierre del ejercicio: Activo/Capital		1.85	1.94	2.06	2.07	1.92
Accionistas, acciones y valor contable							
41	Accionistas registrados, al cierre del ejercicio		26,553	25,405	19,277	16,895	15,446
42	Acciones en circulación, al cierre del ejercicio (En millones)		787	782	776	766	765
43	Promedio ponderado de acciones, con el supuesto de dilución (En millones)		806	800	795	769	768
44	Valor contable por acción		\$ 13.10	\$ 10.62	\$ 8.60	\$ 7.17	\$ 6.14
Cotización de las acciones durante el año calendario⁶ (Ajustada por reestructuración accionaria)							
45	Alto		\$ 60.42	\$ 49.99	\$ 48.88	\$ 33.63	\$ 33.22
46	Bajo		\$ 33.37	\$ 32.50	\$ 24.79	\$ 17.13	\$ 21.50
47	Precio de cierre al 31 de diciembre		\$ 55.59	\$ 36.50	\$ 46.41	\$ 22.25	\$ 29.88
Relación precio/utilidad							
48	Alta		26	27	38	32	38
49	Baja		14	18	19	16	24

	29 de enero 1999	30 de enero 1998	31 de enero 1997	31 de enero 1996	31 de enero 1995	
1	497	456	410	372	340	1
2	47.8	39.9	33.7	26.8	20.9	2
3	71,792	63,261	57,859	47,738	40,019	3
4	268	230	195	163	136	4
5	\$ 48.37	\$ 46.77	\$ 46.38	\$ 45.59	\$ 47.00	5
6	\$ 12,946	\$ 10,779	\$ 9,057	\$ 7,420	\$ 6,389	6
7	285	253	207	156	114	7
8	81	71	55	46	33	8
9	766	581	471	362	331	9
10	279	209	166	129	122	10
11	487	372	305	233	209	11
12	13	11	10	9	8	12
13	500	383	315	242	217	13
14	41	38	35	30	27	14
15	\$ 459	\$ 345	\$ 280	\$ 212	\$ 190	15
16	\$ 17.22	\$ 14.55	\$ 12.41	\$ 10.38	\$ 9.22	16
17	0.67	0.52	0.43	0.34	0.31	17
18	0.06	0.06	0.05	0.05	0.04	18
19	0.61	0.47	0.38	0.30	0.27	19
20	\$ 4.82	\$ 4.02	\$ 3.52	\$ 2.60	\$ 2.31	20
21	2.21	2.16	2.28	2.14	2.60	21
22	3.86%	3.55%	3.48%	3.26%	3.40%	22
23	8.53%	7.66%	7.94%	6.98%	8.85%	23
24	16.79%	14.91%	16.96%	15.10%	20.43%	24
25	\$ 2,865	\$ 2,427	\$ 2,135	\$ 1,805	\$ 1,744	25
26	249	275	123	178	274	26
27	144	118	118	113	109	27
28	2,385	1,985	1,855	1,483	1,333	28
29	45	39	47	38	35	29
30	4,086	3,321	2,772	2,059	1,560	30
31	108	79	57	62	79	31
32	7,087	5,862	5,000	3,967	3,467	32
33	1,924	1,554	1,443	1,051	1,015	33
34	1,221	1,036	978	696	721	34
35	270	241	213	163	145	35
36	1,364	1,191	876	968	785	36
37	3,467	2,884	2,432	2,111	1,864	37
38	\$ 3,620	\$ 2,978	\$ 2,568	\$ 1,857	\$ 1,603	38
39	2.65	2.50	2.93	1.92	2.04	39
40	1.96	1.97	1.95	2.14	2.16	40
41	14,508	12,386	12,530	12,728	11,360	41
42	749	738	731	673	667	42
43	752	741	730	715	693	43
44	\$ 4.83	\$ 4.03	\$ 3.51	\$ 2.76	\$ 2.40	44
45	\$ 29.37	\$ 12.89	\$ 10.88	\$ 9.72	\$ 10.35	45
46	\$ 11.93	\$ 8.09	\$ 7.16	\$ 6.50	\$ 6.94	46
47	\$ 25.59	\$ 11.93	\$ 8.91	\$ 8.38	\$ 8.69	47
48	44	25	25	29	33	48
49	18	16	17	19	22	49

Notas explicativas

¹ Los montos que aquí se presentan se han ajustado para reflejar las 26 instalaciones Contractor Yard vendidas en 2003 como una operación discontinuada.

² Rotación del activo: Ventas divididas por el activo inicial.

³ Rentabilidad de las ventas: Utilidad neta dividida por las ventas.

⁴ Rentabilidad de los activos: Utilidad neta dividida por el activo inicial.

⁵ Rentabilidad del capital propio: Utilidad neta dividida por el capital inicial.

⁶ Fuente para la cotización de acciones: The Wall Street Journal

* El ejercicio finalizado el 2 de febrero de 2001 abarcó 53 semanas. Todos los demás ejercicios abarcaron 52 semanas.

NS = no significativo

CGR = tasa de crecimiento compuesta

Directorio

Robert L. Tillman	<i>Presidente del Directorio y Director ejecutivo, Lowe's Companies, Inc., Mooresville, NC 3*</i>	Richard K. Lochridge	<i>Presidente, Lochridge & Company, Boston, MA 1*,3,4</i>
Leonard L. Berry, Ph.D.	<i>Distinguido profesor de Marketing y Titular de la cátedra M.B. Zale sobre Liderazgo en ventas minoristas y marketing, Texas A&M University, College Station, TX 2,4</i>	Claudine B. Malone	<i>Presidenta y Directora Ejecutiva, Financial & Management Consulting, Inc., McLean, VA 1,4</i>
Peter C. Browning	<i>Presidente no ejecutivo del Directorio, Nucor Corporation, Decano de McColl Graduate School of Business en Queens University en Charlotte, N.C. 2,3,4*</i>	Robert A. Niblock	<i>Presidente, Lowe's Companies, Inc., Mooresville, NC</i>
Paul Fulton	<i>Presidente del Directorio, Bassett Furniture Industries, Bassett, Va 2*,3,4</i>	Stephen F. Page	<i>Vicepresidente y Director Ejecutivo Financiero, United Technologies Corporation, Hartford, CT 1,4</i>
Dawn E. Hudson	<i>Presidente, Pepsi-Cola Company, Purchase, NY 2,4</i>	O. Temple Sloan, Jr.	<i>Presidente y Director Ejecutivo, General Parts, Inc., Raleigh, NC 1,4</i>
Robert A. Ingram	<i>Presidente no ejecutivo, OSI Pharmaceuticals, Inc., Vicepresidente Operaciones farmacéuticas, GlaxoSmithKline, Research Triangle Park, NC 1,4</i>		

Participación en comités

- 1 – Comité de auditoría
 - 2 – Comité de compensación y organización
 - 3 – Comité ejecutivo
 - 4 – Comité de gobernabilidad
- * Presidente del Comité 2004

Gerentes ejecutivos

Robert L. Tillman	<i>Presidente del Directorio y Director Ejecutivo</i>	Robert J. Gfeller, Jr.	<i>Vicepresidente Primero, Marketing, Publicidad y Comunicaciones</i>
Robert A. Niblock	<i>Presidente</i>	Robert F. Hull, Jr.	<i>Vicepresidente Primero y Director Ejecutivo Financiero</i>
Dale C. Pond	<i>Vicepresidente Ejecutivo Primero, Comercialización/ Marketing</i>	Perry G. Jennings	<i>Vicepresidente Primero, Recursos Humanos</i>
Larry D. Stone	<i>Vicepresidente Ejecutivo Primero Operaciones</i>	John L. Kasberger	<i>Vicepresidente Primero y Gerente de Comercialización General — Equipos</i>
Gregory M. Bridgeford	<i>Vicepresidente Ejecutivo, Desarrollo de negocios</i>	J. Michael Mabry, Jr.	<i>Vicepresidente Primero, Distribución</i>
Theresa A. Anderson	<i>Vicepresidente Primero y Gerente de Comercialización General, Vida en el hogar y al aire libre</i>	Ross W. McCannless	<i>Vicepresidente Primero, Asesor General y Secretario</i>
Kenneth W. Black, Jr.	<i>Vicepresidente Primero y Director Ejecutivo de Contabilidad</i>	Michael K. Menser	<i>Vicepresidente Primero y Gerente de Comercialización General — Decoración para el hogar</i>
Michael K. Brown	<i>Vicepresidente Primero, Operaciones en tiendas — División Sur Central</i>	David E. Shelton	<i>Vicepresidente Primero, Bienes Raíces/Ingeniería y Construcción</i>
Charles W. (Nick) Canter, Jr.	<i>Vicepresidente Primero, Operaciones en la tienda — División Norte Central</i>	Eric D. Sowder	<i>Vicepresidente Primero, Logística</i>
Marshall A. Croom	<i>Vicepresidente Primero — Finanzas</i>	John David Steed	<i>Vicepresidente Primero Gerente de Comercialización General — Productos para la construcción</i>
Ricky D. Damron	<i>Vicepresidente Primero, Operaciones en tiendas — División Noreste</i>	Steven M. Stone	<i>Vicepresidente Primero y Director Ejecutivo de Información</i>
		Robert F. Wagner	<i>Vicepresidente Primero, Operaciones en la tienda — División Oeste</i>
		Gregory J. Wessling	<i>Vicepresidente Primero, Operaciones en tiendas — División sudeste</i>

Información para la empresa y los inversores

**Agente para transferencias bursátiles,
Agente de pago de dividendos
y Agente de reinversión de dividendos**
EquiServe Trust Company N.A.
150 Royall Street
Canton, MA 02021
877-282-1174

Para el depósito directo de los dividendos, los accionistas registrados pueden llamar a EquiServe al 877-282-1174.

Los accionistas registrados con dirección de correo electrónico pueden enviar sus consultas sobre la cuenta de forma electrónica a EquiServe, a través de su sitio Web en www.equiserve.com.

Los accionistas registrados pueden tener acceso a sus cuentas por Internet al visitar la página www.equiserve.com y hacer clic en Shareholder Services (Servicios para accionistas), Account Access (Acceso a cuenta).

Ahora los inversores pueden unirse al Plan de compra directa de acciones Stock Advantage de Lowe's, al visitar la página www.Lowes.com/investor y hacer clic en Shareholder Services (Servicios para los accionistas), Buy Stock Direct (Compra directa de acciones).

Dividendos

Lowe's ha pagado trimestralmente dividendos en efectivo desde su primera emisión de acciones en 1961.

Las fechas de declaraciones de dividendos son habitualmente a mediados de abril, julio, octubre y enero.

Las fechas de pago de dividendos son habitualmente a fines de abril, julio, octubre y enero.

Asamblea anual

28 de Mayo de 2004 a las 10:00 a.m.
Park Hotel,
Charlotte, N.C.

Lowe's presenta los informes ante la Comisión de valores y bolsa (SEC), incluidos los informes anuales en el Formulario 10-K, informes trimestrales en el Formulario 10-Q, informes actuales en el Formulario 8-K y cualquier otro archivo que requiera la SEC. Se incluyen las certificaciones del Director ejecutivo y Director financiero de Lowe's en los informes de Lowe's para la SEC, en conformidad con la Sección 302 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002. Los informes que Lowe's presenta ante la SEC y todas las enmiendas a dichos informes se incluyen en el sitio Web de Lowe's (www.Lowes.com) a la brevedad posible, una vez que Lowe's los presenta o proporciona a la SEC. Estos informes están disponibles sin cargo en el sitio Web de Lowe's. Están disponibles para los accionistas copias gratuitas del Informe anual 2003 de Lowe's en el Formulario 10-K y de los Informes trimestrales en el Formulario 10-Q y del Informe anual, mediante solicitud escrita a la Secretaría en las oficinas de la empresa Lowe's o por teléfono al número 888-345-6937.

Oficinas de la empresa
1000 Lowe's Boulevard
 Mooresville, NC 28117
704-758-1000

Sitio Web de Lowe's
www.Lowes.com

Información de transacción de acciones

Las acciones ordinarias de Lowe's se cotizan en la Bolsa de valores de Nueva York. (Símbolo: LOW)

Asesor general

Ross W. McCanless
Vicepresidente primero,
Asesor general y Secretario
704-758-1000

Audidores independientes

Deloitte & Touche LLP
1100 Carillon Building
227 West Trade Street
Charlotte, NC 28202-1675
704-372-3560

Servicios para los accionistas

Las consultas de los accionistas y analistas de inversiones deben dirigirse a:

Paul Taaffe
Director, Relaciones con los inversores
704-758-2033

Para pedir copias de la información financiera, llame a:
888-34LOWES (888-345-6937)
o visite www.Lowes.com/investor

Las consultas de medios de comunicación deben dirigirse a:

Chris Ahearn
Director, Relaciones públicas
704-758-2304
www.Lowes.com/presspass

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

Impresión: Coherente con la política de adquisición de fibra de madera de Lowe's Companies, este informe se imprime en papel hecho en un 30% de fibra reciclada y el 70% restante proveniente de bosques bien administrados certificados de forma independiente de acuerdo a una norma de manejo forestal sustentable.



