



1946-2006

¿QUÉ HA CAMBIADO?

Todo y nada



INFORME ANUAL 2006

Durante el período fiscal 2006, Lowe's celebró su sexagésimo aniversario de servicio de atención al cliente.

Desde sus humildes comienzos como tienda de accesorios y ventas generales en North Wilkesboro,

Carolina del Norte, hasta este año, nuestros 210 000 empleados de las casi 1400 tiendas en 49 estados produjeron resultados eficaces en un entorno operativo desafiante.

El año tuvo un fuerte comienzo, con un sólido crecimiento del 4% en las ventas de las tiendas comparables durante la primera mitad, pero el entorno de ventas tuvo un deterioro más rápido del esperado, y nuestras ventas comparables de la segunda mitad tuvieron un descenso del 4,6%. Finalizamos el año con un promedio comparable uniforme. Tres factores principales impulsaron la disminución de las ventas.

Primero, en contra de varias predicciones, 2006 tuvo, por suerte, una temporada de huracanes leve, lo cual es inusual. Mientras recorríamos los esfuerzos de reconstrucción del daño sin precedente causado por Katrina, Rita y Wilma durante la primera mitad de 2006, nuestras ventas comparables en varios sitios de la costa del golfo y de Florida pasaron de un aumento de dos dígitos a una disminución de dos dígitos de la noche a la mañana. Nuestras tiendas y nuestros empleados aún están involucrados activamente en los esfuerzos de reconstrucción en esas áreas, pero las ventas en las tiendas comparables bajaron con respecto al año anterior. Además de suministrar productos de alta calidad para realizar reparaciones y mejoras en los hogares, como una muestra de nuestros esfuerzos constantes para prestar servicio a los clientes en las áreas afectadas, nos asociamos con la diseñadora Marianne Cusato para desarrollar y ofrecer planes de viviendas asequibles que denominamos Lowe's Katrina Cottages®. Somos los comerciantes minoristas exclusivos de estos planes de construcción y de los materiales relacionados, necesarios para la construcción. Los planes de viviendas Lowe's Katrina Cottages combinan un excelente estilo y función con una fácil construcción y precios asequibles, y tienen la flexibilidad de ser reformadas en el futuro. Además, están diseñadas para cumplir con los códigos de construcción relacionados con los huracanes y el Código



Robert A. Niblock
Presidente del Directorio
y CEO

de Construcción Internacional. Puede obtener más detalles sobre Lowe's Katrina Cottages en www.Lowes.com/katrinacottage.

En segundo lugar, la deflación en la madera y el contrachapado, impulsado por los ciclos de demandas elevadas y precios asociados con los huracanes del último año, produjeron un impacto en nuestros resultados de ventas de 2006. Las ventas de unidades de madera y contrachapado se mantuvieron esencialmente estables de año a año, pero las ventas de tiendas comparables tuvieron un descenso significativo debido a la deflación.

Y por último, un tema que se ha analizado extensamente: el entorno habitacional ha disminuido más rápido de lo que esperábamos y de lo que otras personas esperaban. A comienzos del año fiscal 2006, en muchos mercados, incluidos los de las áreas del noreste, el sur de Florida y la costa oeste, se vieron factores estructurales claros de una

menor demanda de productos relacionados con la vivienda. Dicha evidencia nos llevó a calcular que el volumen de ventas de las viviendas disminuiría en 2006 cuando estos mercados especulativos se enfriaran. Lo más difícil de prever fue la menor demanda del mercado de mejoras del hogar que experimentamos en muchos mercados no afectados en los que la dinámica de vivienda se mantuvo sólida, pero los consumidores prefirieron posponer los proyectos de mejoras del hogar debido a los informes muy publicitados sobre el crecimiento más lento del mercado de las viviendas y la caída en los valores de las viviendas.

Durante el transcurso del año, el volumen de ventas de viviendas se redujo más de lo esperado y de manera más rápida. Esta caída rápida también afectó los precios de las viviendas, ya que la demanda especulativa disminuyó, el suministro de viviendas aumentó y los compradores de viviendas, así como los consumidores de productos para mejoras del

Carta a los accionistas

hogar, se volvieron cautelosos en los gastos.

En 2007, continuamos monitoreando de cerca los factores estructurales que impulsan la demanda y la tendencia de los consumidores de productos para mejoras del hogar.

Aunque nuestras ventas fueron más bajas que lo planeado, los sólidos controles de costos permitieron que nuestras ganancias por acción bajaran sólo 2,5% por debajo del punto medio de nuestro pronóstico inicial. Los controles de costos incluyeron la racionalización de la publicidad promocional, las iniciativas para administrar de mejor manera los costos de autoseguro y la constante asignación de dinero de sueldos, pero tuvimos la precaución de mantener los niveles de personal que garantizan, de manera constante, un alto nivel de servicio en nuestras tiendas. Además, tener un gran componente de la compensación total basado en el rendimiento ha sido parte de la cultura de Lowe's desde hace mucho tiempo. Esta teoría es obvia, si los empleados reciben una compensación basada en el éxito de la tienda, o de su categoría de productos, o del éxito de la empresa en su totalidad, cuentan con un incentivo para impulsar el rendimiento y obtener mayores retornos para los accionistas. Este año, como cumplimos menos de los objetivos que establecimos a principio de año, pagamos una compensación por incentivo menor que la de 2005.

A pesar de los desafíos de 2006, realizamos un gran avance en muchas iniciativas y tuvimos varios éxitos notables. De acuerdo con las estimaciones de terceros independientes, Lowe's aumentó su participación en unidades vendidas en sus 20 categorías de productos durante el año calendario. Estas ganancias son una clara indicación de que, a pesar de los cautelosos consumidores de productos para mejoras del hogar, Lowe's continúa siendo la tienda elegida por muchos.

Considero que tenemos dos opciones en este período de menores ventas. Podemos cortar los gastos de manera radical a fin de mantener las ganancias, o podemos invertir durante este ciclo para mejorar nuestros negocios y capturar participación en el mercado. Nuestro enfoque se centra en la inversión y lo seguirá haciendo. Eso no significa que no controlemos aún más nuestra evaluación con respecto a cada gasto, pero también vemos una oportunidad de obtener una participación en el mercado al garantizar el suministro de excelentes productos y servicios a nuestros clientes.

Como parte de esa inversión para el futuro, continúa la expansión de nuestras tiendas. En 2006, abrimos 155 tiendas nuevas en todo el país y agregaremos otras 150 a 160 en 2007. Vemos la oportunidad de más de 2000 tiendas en América del Norte con nuestros prototipos actuales y, a medida que identificamos nuevas maneras de prestar servicio a los consumidores de productos para mejoras del hogar, ese número puede aumentar. Este año, también abriremos nuestras primeras tiendas fuera de los Estados Unidos, en Toronto, Canadá. Con el tiempo, creemos que tenemos la oportunidad de abrir hasta 100 tiendas en Canadá. Sumado

a nuestras oportunidades de expansión fuera de los Estados Unidos, en enero anunciamos nuestros planes de apertura de tres a cinco tiendas en Monterrey, México, en 2009.

También continuaremos con nuestro compromiso de inversión en nuestras tiendas ya existentes para mantenerlas actualizadas. Gastamos más de \$650 millones en tiendas ya existentes en 2006 para mejorar sus aspectos y el servicio. Destinaremos aproximadamente \$1300 millones en los próximos dos años para impulsar las ventas y garantizar que nuestras tiendas continúen siendo la manera más fácil y agradable de comprar en la industria.

Nuestra mayor preocupación para continuar con el crecimiento es asegurarnos de contar con las personas indicadas para seguir brindando

Aspectos financieros más destacados

EN MILLONES, SALVO EN LOS CASOS DE PORCENTAJE ACCIONARIO

| | Aumento vs 2005 | Año fiscal 2006 ¹ | Año fiscal 2005 ¹ |
|--|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Ventas netas | 8,5% | \$46 927 | \$43 243 |
| Margen bruto | 32 bps ² | 34,5% | 34,2% |
| Ingresos (antes de la deducción de impuestos) | 11,2% | \$4998 | \$4496 |
| Ganancias por acción | | | |
| Ganancias básicas por acción | 13,5% | \$2,02 | \$1,78 |
| Ganancias diluidas por acción | 15,0% | \$1,99 | \$1,73 |
| Dividendos en efectivo por acción | 63,6% | \$0,18 | \$0,11 |

¹ El período fiscal 2005 es de 53 semanas, y el período fiscal 2006 es de 52 semanas

² Puntos básicos

la experiencia interna que nuestros clientes buscan. Estoy seguro de que Lowe's se vale de los mayores talentos en el mercado minorista. Esa característica va desde el nivel de asociados de la tienda hasta nuestros gerentes de tienda y nuestro equipo gerencial senior. El nivel de talento en el ámbito ejecutivo se pudo comprobar en 2006, cuando Larry Stone ascendió a Presidente y Gerente Operativo. Al mismo tiempo, Nick Canter pasó de Jefe de Organización de Operaciones a Jefe de Equipos de Comercialización, y Mike Brown ascendió a Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones de Tiendas. Estos ejecutivos senior utilizarán su amplia experiencia para garantizar que Lowe's esté bien posicionado en los próximos 60 años.

Como accionistas y empleados, espero que compartan mi confianza en el equipo que tenemos en Lowe's. Estoy orgulloso de que estos puestos hayan sido ocupados por empleados permanentes de Lowe's, lo que resalta el talento del que antes hablaba.

Para el 2007, muchas de las adversidades que tuvimos que enfrentar en 2006 disminuirán o, en algunos casos, desaparecerán por completo.

Carta a los accionistas

Confiamos en que tendremos una temporada de huracanes leve, similar a la del año pasado. Pero, independientemente de la temporada de tormentas de este año, desde un punto de vista comparativo, nuestros resultados no se verán desafiados por obstáculos de venta importantes relacionados con esfuerzos de reconstrucción, como sucedió en 2006. Siempre ha sido difícil predecir los precios de la madera y el contrachapado, pero estoy casi seguro de que no tendremos una deflación del 20 al 40% en la segunda mitad de 2006. Y, finalmente, al entrar al año fiscal 2007, existen algunos signos de que los peores efectos de la disminución en el sector de viviendas han quedado atrás. Si bien no estamos esperando una recuperación rápida, los datos más recientes sobre la vivienda muestran signos alentadores de una estabilización en el suministro de viviendas y un piso en el volumen total

especial se procesaron de manera electrónica. También, hemos instalado nuevas herramientas, como nuestro centro de diseño de cocinas en línea que permite al cliente realizar varias de las opciones básicas de remodelación de cocinas antes de venir a la tienda. Desde el lanzamiento, en febrero de 2006, más de 12 000 clientes han usado la herramienta para comenzar a diseñar la cocina de sus sueños.

Y continuamos con el compromiso de brindar el mejor servicio de atención al cliente de la industria. Todos los programas de entrenamiento garantizan que nuestros empleados cuenten con el conocimiento necesario del producto para brindar ayuda al cliente. Esto incrementa los volúmenes de ventas, mejora los índices de retención de los empleados experimentados y, a la larga, mejora el servicio.

Estos esfuerzos para mejorar la experiencia de compra en Lowe's asegurará que continuemos ganando participación en el mercado, independientemente del entorno. Teniendo en cuenta las indicaciones que señalan que lo peor de la disminución en el sector de viviendas ha pasado y considerando las iniciativas que hemos instaurado para impulsar las ventas, creo que nuestros resultados de ventas mejorarán gradualmente durante el año fiscal 2007 y que ésta es nuestra oportunidad de tener un año sólido.

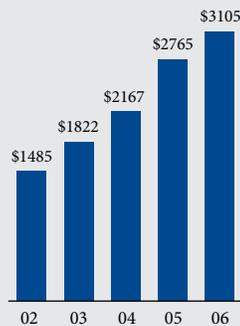
Sesenta años de experiencia nos brindan perspectiva. La historia de Lowe's ha cambiado mucho, pero lo que permanece son nuestros valores fundamentales y nuestra cultura de servicio de atención al cliente. Mi compromiso hacia ustedes, accionistas, empleados, proveedores o clientes, es que continuaremos mejorando nuestro desempeño a fin de capitalizarnos mediante esta oportunidad.

Ventas
En millones de dólares



El éxito de nuestras iniciativas de venta ha impulsado una tasa de crecimiento anual compuesto de 17% a cinco años.

Ventas netas
En millones de dólares



A medida que impulsamos las ventas y somos más eficaces en nuestras operaciones, las ganancias netas han aumentado a una tasa de crecimiento anual compuesto de 26% a cinco años.

de ventas, que conducirá a mejorar las tendencias año tras año. Muchos de estos factores exceden nuestro control; no sucede lo mismo con nuestros programas e iniciativas internas que están diseñados para optimizar nuestro desempeño y mejorar el servicio de atención al cliente.

Continuamos desarrollando y probando nuevas y mejores maneras de brindar servicio a nuestros clientes. Por ejemplo, en 2006, probamos un nuevo modelo de ventas interno para proyectos de instalación, como instalación de techos, paneles de revestimiento lateral, cercamientos e instalación de ventanas y puertas. Otros canales de comercialización han vendido históricamente estas categorías con consultoría interna, y nuestro nuevo modelo nos pone en igualdad de condiciones. Esto hace que la experiencia de compra sea más fácil, porque elimina los múltiples viajes a nuestra tienda para completar la transacción. Los resultados anticipados son positivos y ampliarán nuestras pruebas en 2007.

Además hemos agregado nuevos sistemas, incluidos los esfuerzos continuos para automatizar nuestro proceso de Pedido especial para que sea más rápido y fácil. En 2006, el 82% de nuestras transacciones de Pedido

Gracias por su constante apoyo.

Robert A. Niblock

¿QUÉ HA CAMBIADO?

La cantidad de transacciones
de clientes que procesamos

¿QUÉ PERMANECE IGUAL?

Nuestro enfoque centrado en el cliente



Nuestro enfoque se centra en el servicio a los clientes cada semana

2006 • DOMINGO • LUNES • MARTES • MIÉRCOLES • JUEVES • VIERNES



ntro en 13 millones

RNES • SÁBADO



A pesar de que los tiempos han cambiado, los valores de Lowe's permanecen intactos. Los clientes aún impulsan nuestro negocio, y Lowe's está comprometido a brindar un servicio de atención al cliente de excelencia a los más de 13 millones de clientes que compran semanalmente en nuestras tiendas soluciones personalizadas que han sido generadas para satisfacer sus necesidades.

Durante 60 años, el servicio de atención al cliente de excelencia ha sido parte de la cultura de Lowe's, y nunca ha sido mejor que ahora, incluso en este entorno operativo desafiante. Nuestra sólida base de servicio de atención al cliente de excelencia produjo un aumento del 8,5% de las ventas en el año fiscal 2006.

Los 210 000 empleados orientados a los clientes son la base de nuestro éxito. Contratamos activamente personas con intenciones de desarrollar una carrera y brindamos entrenamiento continuo para perfeccionar sus capacidades del servicio de atención al cliente, conocimiento del producto y ventas. Nuestras oportunidades de carrera y los excelentes beneficios nos permiten atraer y retener a los empleados comprometidos.

Realizamos investigaciones exhaustivas, lo que nos permite obtener información valiosa sobre las necesidades de los clientes y construir una relación con ellos. Fortalecemos una relación con la publicidad nacional y las comunicaciones locales deseadas. Nuestra nueva campaña y el eslogan "Let's Build Something Together"™ resuena en los clientes y comunica nuestros valores del servicio de atención al cliente, empleados serviciales y trabajo en grupo. La base de datos de clientes nos brinda información sobre las personas que compran en nuestras tiendas. Utilizamos estos datos para comunicarnos directamente con los clientes e informarlos sobre los productos y proyectos que más les interesan.

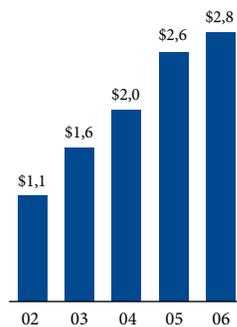
Una parte integral de nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo son las ventas de especialidad, como ventas e instalación, ventas por pedido especial, comercio electrónico y clientes comerciales (CBC). La sección de ventas e instalación continúa creciendo y prestando servicio a los clientes con una oferta de productos mejorada, instaladores profesionales y especialistas de ventas bien entrenados. La sección de ventas por pedido especial, con cientos de miles de productos disponibles para satisfacer la demanda de los clientes con respecto a soluciones para las mejoras del hogar, continúa creciendo y representa aproximadamente un 6% de las ventas totales. Continuamos agregando contenido en nuestro sitio web y mejorando nuestra selección de mercadería para satisfacer las necesidades de los clientes. El sector de ventas comerciales está creciendo y representa aproximadamente el 25% de las ventas totales. Nuestras tiendas tienen productos profesionales y cantidades en lote, y cuentan con un mostrador de proyectos para clientes CBC integrado por especialistas de ventas para satisfacer las necesidades de estos clientes.



LA GENERACION DE “PROFESIONALES DE LAS MEJORAS DEL HOGAR”:

Las ventas e instalaciones nunca han sido tan puntuales

Ventas e instalación
En mil millones



Nuestro crecimiento en ventas e instalación continúa en aumento debido al desarrollo de la demografía y el fuerte fenómeno DIFM en los Estados Unidos.

Lowe's comprende la importancia de observar las preferencias cambiantes de los clientes y de ofrecer productos y soluciones innovadores para satisfacer sus necesidades. Una tendencia atractiva que hemos advertido es la preferencia cambiante de la generación de baby boomers de dejar de ser “aficionados a las mejoras del hogar” (DIY) para convertirse en “profesionales de las mejoras del hogar” (DIFM).

Nuestra estrategia de venta e instalación trata las necesidades de los clientes que prefieren subcontratar los proyectos de mejoras del hogar. frecemos más de 40 categorías de servicios de instalación y contamos con una red de más de 10 000 instaladores que realizan instalaciones profesionales y confiables. El mercado de venta e instalación pertinente es de alrededor de \$165 000 millones sólo de mano de obra. Nuestro

compromiso para mejorar constantemente la experiencia de los clientes al administrar la instalación en la tienda con el equipo de producción de ventas e instalación dedicado nos permite capitalizarnos con esta oportunidad.

Nuestro modelo de ventas interno también nos coloca en una posición en la que podemos beneficiarnos del creciente segmento DIFM. Actualmente, estamos probando este modelo y continuaremos controlando su rendimiento en 2007. También continuaremos evaluando otras oportunidades para aumentar el sector de ventas e instalación.

En 2006, el sector de ventas e instalación de Lowe's creció un 9%, y superó el crecimiento de ventas generales de la empresa. Durante los últimos tres años, las ventas han crecido a una tasa compuesta de crecimiento anual del 22%.

¿QUÉ HA CAMBIADO?

Nuestra mercadería

¿QUÉ PERMANECE IGUAL?

La comercialización innovadora



Brindamos innovación

ELECTRODOMÉSTICOS

MADERA

PISOS

INSTALACIÓN DE VENTANAS Y PUERTAS

PINTURA

MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

ARTÍCULOS DE PLOMERÍA DE MODA

ILUMINACIÓN

HERRAMIENTAS

PRODUCTOS PARA CÉSPED Y JARDÍN

ACCESORIOS

VIDA EN TEMPORADA

GABINETES Y CUBIERTAS PREFABRICADAS

EQUIPOS DE MAQUINARIA
PARA EL JARDÍN

PLOMERÍA BÁSICA

ELECTRICIDAD BÁSICA

VIVEROS

ENTORNO DEL HOGAR

PAREDES/VENTANAS

ORGANIZACIÓN DEL HOGAR



on en cada isla



Los clientes siempre han buscado la manera de hacer que sus hogares sean únicos, y Lowe's siempre se esfuerza por ofrecer los productos más innovadores. Contamos con más de 40 000 productos a precios bajos cada día en 20 categorías de productos distintas, entre ellos se encuentra todo lo necesario para decorar y mejorar el hogar.

Continuamos mejorando nuestra oferta con productos innovadores y marcas que los clientes conocen y en las cuales confían. Nuestras atractivas líneas de productos ofrecen valor en toda la gama de precios e incluyen marcas superiores como las podadoras John Deere, maquinaria DEWALT®, artículos de plomería de moda Kohler® e instalación de ventanas y puertas Therma-Tru® son sólo algunas de las reconocidas marcas.

Agregamos nuevos juegos de productos y mercadería durante el 2006 para ofrecer a los clientes varias opciones nuevas. Con respecto a los electrodomésticos, consolidamos nuestra ya sólida línea de productos con la nueva línea para cocinas Frigidaire Elements™, exclusiva de Lowe's®. Esto, junto con los productos para lavandería de alta eficacia de Bosch, Samsung, Maytag® y Whirlpool® muestran nuestro compromiso para satisfacer la oferta de marcas que son atractivas e innovadoras.

Para terrazas combinadas, agregamos Trex®, la marca líder en la industria, y estamos consolidando nuestra línea de parrillas con las parrillas a gas Char-Broil® TEC® que cuentan con tecnología infrarroja patentada. En 2007, mejoraremos nuestra oferta de pinturas con las marcas de alta calidad Valspar® Signature Colors®, Valspar Duramax® y Valspar Ultra Premium. La paleta de colores Martha Stewart Colors™ también estará disponible de manera exclusiva en Lowe's. Estas mejoras en nuestra línea de pinturas garantizan el suministro de pinturas de calidad superior y paletas de color innovadoras.

A pesar de que las marcas nacionales son importantes, en algunas categorías de producto la marca es menos importante, y el estilo, la calidad y otras características, incluido el precio, impulsan la decisión de compra. Utilizamos las marcas de Lowe's, como la organización de almacenamiento Real Organized™, los productos para césped y jardín GardenPlus® y los productos de iluminación Portfolio®, para ampliar la línea de productos a fin de ofrecer a los clientes más opciones de gran valor.



UN ESFUERZO DE REMODELACIÓN PROPIO

Las tiendas de Lowe's cuentan con pasillos amplios y luminosos, letreros fáciles de leer y estanterías llenas de mercadería, lo que proporciona al cliente una experiencia inigualable en la industria de mejoras del hogar. Garantizar que los clientes tengan una excelente experiencia de compras en nuestras tiendas forma parte de nuestra cultura. Por lo tanto, cada una de nuestras tiendas recibe un mantenimiento de rutina, lo que mejora la experiencia del cliente. Nuestros departamentos se actualizan

con nuevos juegos de mercadería, y se crean presentaciones de productos más impactantes, a la vez que se brinda información clara y concisa a los clientes para facilitar la experiencia del usuario. Combinamos atractivos exhibidores de productos con comodidad y funcionalidad; esto otorga a los clientes un incitante entorno comercial. En 2006, invertimos más de \$650 millones en nuestra base de tiendas ya existentes.

En nuestro departamento de pinturas, los clientes tendrán a la mano todo lo que necesitan para completar un proyecto de pintura, como brochas, rodillos y protectores de tela o plástico.

Las tiendas de Lowe's cuentan con letreros claros, fáciles de leer y generalmente bilingües que ayudan a los clientes a localizar los productos que necesitan de manera fácil.



Todas las tiendas tienen un programa de mantenimiento de ciclos que incluye actividades, como recambio de accesorios para iluminación y pulido de pisos para garantizar que las tiendas estén siempre iluminadas y listas para realizar compras.

Las tapas para extremo cuentan con una familia de productos que se muestran juntos, lo que maximiza el espacio y ofrece a los clientes una variedad de opciones de las cuales pueden elegir.

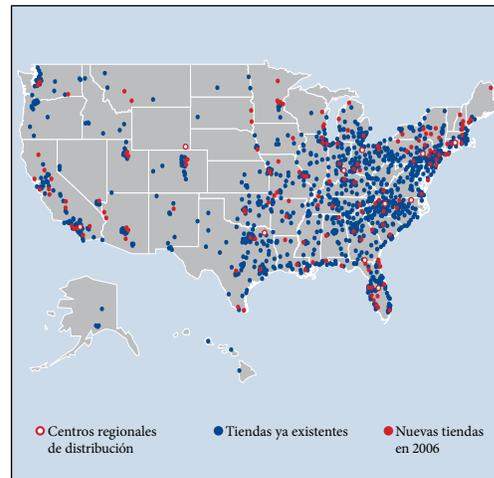
Lowe's combina comodidad y funcionalidad, y, al mismo tiempo, brinda a los clientes información clara y concisa para facilitar las decisiones de compra.

¿QUÉ HA CAMBIADO?

Nuestro alcance

¿QUÉ PERMANECE IGUAL?

La extensión continua de nuestro alcance



Estamos llegando a más nuevos por año



ESCONDIDO, CALIFORNIA

A medida que continuamos expandiéndonos en los mayores mercados estadounidenses, abrimos una nueva tienda en el área metropolitana de San Diego, California. El personal muy motivado en la tienda de Escondido brinda excelente servicio de atención al cliente de manera sistemática.



ARLINGTON HEIGHTS, ILLINOIS

La tienda de Arlington Heights es una de las más nuevas en el área metropolitana de Chicago. La tienda muestra nuestro compromiso para continuar expandiendo nuestros 25 mercados estadounidenses principales.



SAN ANTONIO, TEXAS

En 2006, abrimos nuestra octava tienda en el vital mercado de San Antonio. Esta tienda cuenta con un equipo talentoso que está centrado en la creación de un "indescriptible" servicio de atención al cliente cada día.

s de 100 lugares



BAY SHORE, NEW YORK

En 2006, abrimos nuestra cuarta tienda en Long Island, Nueva York. Esta tienda es una de las mejores de nuestro programa centrado en el cliente, que trabaja regularmente para satisfacer las expectativas de servicio de atención al cliente.

A pesar de que el alcance de Lowe's se ha expandido más allá del sudeste, continuamos viendo oportunidades adicionales para convertirnos en una tienda más cómoda para los clientes. En 2006, expandimos nuestro alcance: abrimos 155 tiendas y concluimos el año con 1385 tiendas en 49 estados. Esto nos permitió brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

A fines de año, el 28% de nuestras tiendas se encontraba en los 25 mercados principales de la nación y aproximadamente el 55% se encontraba en los 100 mercados principales. Con cada nueva tienda que abrimos, aumentamos la presencia de la marca Lowe's y obtenemos más clientes.

Confiamos en que tenemos importantes oportunidades de seguir agregando tiendas redituables en los Estados Unidos. Creemos que podemos extender nuestro alcance en América del Norte a más de 2000 tiendas de Lowe's. A medida que nos expandimos a nuevos mercados, continuamos utilizando los prototipos de tienda de 117 000 y 94 000 pies cuadrados, y seguimos evaluando los prototipos de tienda adicionales que pueden usarse en una variedad de entornos después de realizar ajustes en las restricciones físicas. En el año fiscal 2007, pensamos abrir de 150 a 160 tiendas nuevas, que se centrarán en los 100 mercados principales que representan aproximadamente el 67% de los ingresos por mejoras. Equilibraremos nuestra expansión metropolitana con las oportunidades presentadas en mercados más pequeños.

Nos quedan varios años de crecimiento redituable. Nuestro proyecto de expansión de tiendas goza de buena salud. De las más de 400 ubicaciones de tiendas futuras aprobadas por el comité inmobiliario de Lowe's, aproximadamente el 40% está en los 25 mercados principales y el 70% en los 100 mercados principales.



WAVELAND, MISSISSIPPI

En respuesta a la imperiosa necesidad de viviendas asequibles en la costa del golfo después de la destrucción causada por el huracán Katrina, Lowe's está ofreciendo la serie Lowe's Katrina Cottage. Hemos construido una de estas viviendas asequibles, atractivas y de gran calidad que están diseñadas para resistir ráfagas de viento de hasta 140 millas por hora, en nuestra tienda de Waveland, Mississippi. www.Lowes.com/katrinacottage.

SIEMPRE HAY UN LUGAR PARA LAS MEJORAS DEL HOGAR

La estrategia de crecimiento a largo plazo de Lowe's incluye brindar servicio a los clientes en los vitales mercados de mejoras del hogar.

Además de las aperturas de tiendas en los Estados Unidos, nos expandiremos al Canadá en 2007, con cinco o seis tiendas en el Área de Gran Toronto, nuestras primeras tiendas fuera de los Estados Unidos. Con el tiempo, imaginamos unas 100 tiendas de Lowe's en el Canadá. También vemos oportunidades de crecimiento

en México. En 2009, prevemos la apertura de tres o cinco tiendas en Monterrey, la tercera ciudad más grande de México, un mercado vital y en crecimiento con una cultura de propietarios.

Continuamos evaluando las oportunidades nacionales e internacionales para satisfacer las necesidades de los clientes de mejoras del hogar.



■ Divisiones operativas de Lowe's

¿QUÉ HA CAMBIADO?
Las herramientas para las mejoras

¿QUÉ PERMANECE IGUAL?
El impulso para realizar mejoras



Somos líderes en el negocio



LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



T E C

PRODUCTIVIDAD DE LAS TIENDAS



ocio de las mejoras

Lowe's implementa constantemente herramientas innovadoras para brindar un mejor servicio a los clientes. Los clientes que compran en nuestras tiendas esperan encontrar una amplia selección de productos para completar sus proyectos de mejoras del hogar a los mejores precios. El objetivo de nuestra organización de logística y distribución es mejorar la rentabilidad y el servicio en nuestras tiendas.

En 2006, aumentamos nuestras inversiones en distribución y trasladamos más productos mediante los 11 centros regionales de distribución (RDC) a fin de brindar un mejor servicio a nuestras tiendas. En 2007, planeamos abrir dos RDC adicionales para respaldar el crecimiento continuo de nuestras tiendas. Nuestra red de distribución centralizada es una ventaja competitiva. Podemos reaccionar de manera rápida y eficiente para satisfacer las demandas del cliente y de esta manera garantizar que nuestras tiendas tengan los productos adecuados en el momento adecuado.

Además, continuamos invirtiendo en sistemas para mejorar la productividad y mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Nuestras soluciones de tecnología mejorada tratan las preferencias cambiantes de los clientes sobre la manera que ellos tienen de comprar, desde la búsqueda del producto hasta la manera de completar la transacción. Las herramientas interactivas de la página web de Lowe's, www.lowes.com, hacen que los proyectos de planificación sean más convenientes para los clientes. Nuestras guías de compra en línea brindan valiosa información sobre el producto, y los clientes pueden usar nuestras herramientas de diseño para planificar un espacio perfecto.

Las calculadoras para proyectos están disponibles para realizar cálculos de

costos. Contamos con cajas sin ayuda en aproximadamente un tercio de nuestras tiendas para los clientes

que prefieran usarlas. En 2007, continuaremos agregando este tipo de cajas en nuestras tiendas. También contamos con el registro de regalos en línea en www.Lowes.com, que permite a los clientes registrarse para ocasiones y proyectos especiales. Con la ayuda de herramientas dinámicas de administración de mano de obra, nos esforzamos por garantizar que cada una de nuestras tiendas cuente con el personal apropiado. Los especialistas en ventas poseen herramientas para ayudar a los clientes en todos los aspectos de sus proyectos. Nuestras continuas inversiones en distribución y tecnología brindan una base sólida para que la empresa siga creciendo.



NOLOGÍA





MEJORAS EN LOS SECTORES QUE MÁS LO NECESITAN

El sentido de responsabilidad y compromiso de Lowe's con las comunidades en las que hacemos negocios nunca ha sido más fuerte. Al trabajar con nuestros socios proveedores, nos sentimos orgullosos de haber contribuido con tiempo y más de \$3 millones al programa Operation Home Delivery de Habitat for Humanity's (Habitat), un plan de reconstrucción a largo plazo de la costa del golfo. A fin de continuar con nuestro apoyo a Habitat de mucho tiempo, hemos lanzado una iniciativa de dos años con las primeras familias en cada estado para ayudar a crear conciencia sobre la necesidad de obtener una vivienda asequible.

Continuando con nuestro compromiso con la comunidad, Lowe's Charitable and Educational Foundation distribuyó en 2006 más de \$15 millones en subvenciones para apoyar proyectos comunitarios de mejoras sin fines de lucro e iniciativas de educación pública, incluidos aproximadamente \$5 millones para casi 1000 escuelas con las subvenciones Toolbox for Education. Estas subvenciones

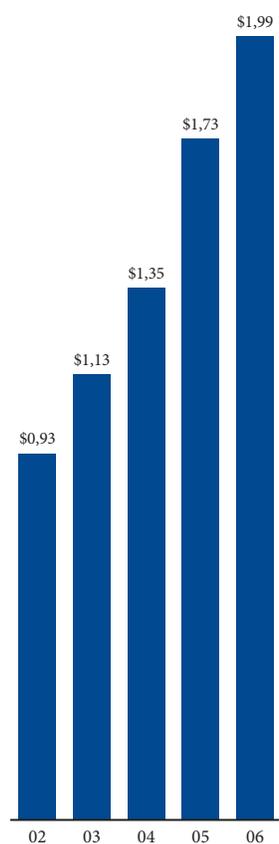
suministran fondos para entornos de aprendizaje al aire libre, actualización de bibliotecas y campos de deportes más seguros, entre otros.

Además, Lowe's está comprometido a colaborar en la protección del medio ambiente. Por quinto año consecutivo, hemos recibido el reconocimiento ENERGY STAR® Promotion Award de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos y el Departamento de Energía, debido a nuestros esfuerzos por educar a los consumidores con respecto a los productos que contribuyen al ahorro de energía.

Continuaremos siendo buenos vecinos y ciudadanos con conciencia social al brindar servicio a nuestra comunidad y a nuestros empleados mediante acciones que reflejen nuestros valores corporativos.

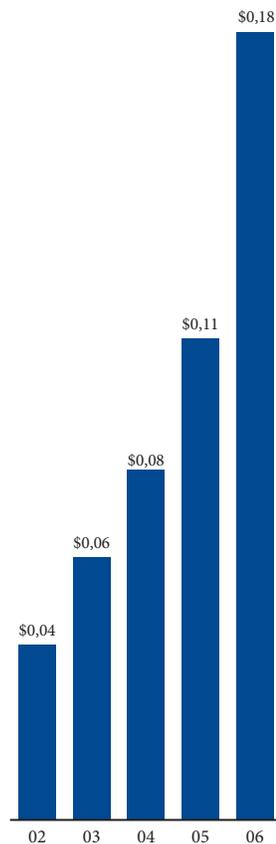
Análisis financiero de Lowe's correspondiente al Ejercicio 2006

Ganancias anuales por acción



Durante los últimos 5 años, las ganancias por acción se incrementaron de \$0,93 a \$1,99, lo que representa una tasa compuesta de crecimiento anual del 26% para el período.

Dividendos anuales en efectivo



Lowe's pagó un dividendo en efectivo cada trimestre desde que comenzó a cotizar en bolsa en 1961. Nuestro dividendo aumentó sustancialmente durante los últimos 5 años y creció a una tasa compuesta anual del 36%.

| | |
|--|----|
| Discusión y análisis de la gerencia sobre la situación patrimonial y los resultados de las operaciones | 18 |
| Informe de la gerencia sobre el control interno de los informes financieros | 26 |
| Informe de los contadores públicos independientes registrados | 27 |
| Estados de resultados consolidados | 28 |
| Balances consolidados | 29 |
| Estados de evolución del patrimonio neto consolidados | 30 |
| Estados de origen y aplicación de fondos consolidados | 31 |
| Notas a los estados contables consolidados | 32 |
| Datos financieros seleccionados | 42 |
| Rendimiento de las acciones, división de acciones y dividendos de acciones | 44 |
| Revisión trimestral del rendimiento | 45 |
| Antecedentes financieros correspondientes a 10 ejercicios | 46 |

Discusión y análisis de la gerencia sobre la situación patrimonial y los resultados de las operaciones

Esta discusión y este análisis resumen los factores más importantes que afectan los resultados consolidados de las operaciones, la situación patrimonial, la liquidez y los recursos de capital de la empresa por el período de tres años finalizado el 2 de febrero de 2007 (nuestros períodos fiscales 2006, 2005 y 2004). Los períodos fiscales 2006 y 2004 son de 53 semanas de resultados operativos y el período fiscal 2005 de 53 semanas. A menos que se indique lo contrario, todas las referencias hechas aquí a los ejercicios 2006, 2005 y 2004 representan los períodos fiscales finalizados el 2 de febrero de 2007, el 3 de enero de 2006 y el 28 de enero de 2005, respectivamente. Esta discusión debe ser leída junto con los estados contables consolidados y las notas a los estados contables consolidados incluidos en este informe anual.

PANORAMA GENERAL EJECUTIVO

Factores externos que afectan nuestro negocio

El mercado de mejoras del hogar es grande y está fragmentado. Si bien somos los segundos comerciantes minoristas de mejoras del hogar más grandes del mundo, hemos capturado una porción relativamente pequeña del mercado total de mejoras del hogar. Calculamos que el tamaño del mercado estadounidense de mejoras del hogar alcanza aproximadamente \$725 millardos al año, y está compuesto por \$560 millardos de demanda de productos y \$165 millardos de oportunidades de mano de obra de instalación. Estos datos capturan un amplio rango de categorías que resultan relevantes para nuestro negocio, incluidos los principales electrodomésticos y los suministros de jardín. Consideramos que el actual mercado de mejoras del hogar ofrece una amplia oportunidad para respaldar nuestros planes de crecimiento.

Las ventas netas totalizaron \$46,9 millardos en 2006, un incremento del 8,5% comparado con el año anterior. Este incremento fue impulsado por nuestro programa de expansión de tiendas. La semana adicional de 2005 dio por resultado aproximadamente \$750 millones en ventas en 2005. Dejando de lado la semana adicional, las ventas netas se habrían incrementado en un 10% en 2006. Sin embargo, las ventas de tiendas comparables se mantuvieron uniformes en 2006. Los efectos de un mercado de la vivienda más lento, las difíciles comparaciones con los esfuerzos de reconstrucción y recuperación causados por el huracán de 2005, la deflación de los precios de venta minorista de la madera y la madera contrachapada contribuyeron a que las ventas fueran menos de las esperadas.

A comienzos de 2006, muchos mercados, incluidos los de las áreas del noreste, el sur de Florida y la costa oeste, evidenciaron signos de una menor demanda de productos relacionados con la vivienda. Dicha evidencia nos llevó a calcular que el volumen de ventas de las viviendas disminuiría en 2006 cuando estos mercados especulativos se enfriaran. Lo más difícil de prever fue la menor demanda del mercado de mejoras del hogar que experimentamos en muchos mercados no afectados en los que la dinámica de vivienda se mantuvo sólida, pero los consumidores prefirieron posponer los proyectos de mejoras del hogar debido a los informes muy publicitados sobre el crecimiento más lento del mercado de las viviendas y la caída en los valores de las viviendas. Durante el transcurso del año, el volumen de ventas de viviendas se redujo más de lo esperado y de manera más rápida. Esta caída rápida también afectó los precios de las viviendas, ya que la demanda especulativa disminuyó, el suministro de viviendas aumentó y los compradores de viviendas, así como los consumidores de productos para mejoras del hogar, se volvieron cautelosos en los gastos. Al comenzar el 2007, continuamos monitoreando de cerca los factores que impulsan la demanda y la tendencia de los consumidores de productos para mejoras del hogar.

A pesar de las presiones relacionadas con la vivienda que sufre el consumidor, el mercado laboral se mantiene sólido y continúa aumentando el ingreso utilizable personal. Además, se espera que las comparaciones de ventas difíciles, debidas a los huracanes ocurridos en 2005 y la deflación de los productos básicos del año pasado, disminuyan en 2007. Si bien no estamos esperando una recuperación rápida, los datos sobre la vivienda más recientes muestran signos alentadores de una estabilización en el suministro de viviendas y un piso en el volumen total de ventas de viviendas. Teniendo en cuenta todos estos factores externos y nuestras iniciativas internas para incrementar las ventas, creemos que la tendencia del trimestre de la caída en el rendimiento de las ventas de tiendas comparables ha tocado fondo, y esperamos ver una mejora gradual en las ventas de tiendas comparables en el transcurso de 2007.

Gestión a largo plazo

Seguimos gestionando nuestro negocio a largo plazo. Nuestra visión es ofrecer al cliente soluciones de valor con los mejores precios, productos y servicios que hacen de Lowe's la primera opción para las mejoras del hogar. En el entorno actual, es importante que nos mantengamos centrados en los clientes. Esta orientación al cliente impulsa nuestras iniciativas operativas, comerciales, de marketing y distribución, y ayuda a captar más participación en el mercado y a mejorar la eficacia operativa.

Obtención de participación en el mercado

Inversión en las tiendas existentes

Seguimos ganando participación en el mercado para cada una de las unidades de negocios mediante una mejor experiencia de realización de compras en nuestras tiendas y la introducción de productos y servicios innovadores que ofrecen mayor valor a los clientes. Además, tenemos oportunidades de obtener más participación en el mercado para cada una de las 20 categorías de productos al garantizar que satisficemos las necesidades de los clientes del sector de mejoras del hogar mejor que la competencia.

Hemos invertido constantemente en nuestro negocio y continuaremos haciéndolo a fin de garantizar que nuestras tiendas estén limpias, que sea fácil realizar compras en ellas y que cuenten con el personal adecuado para conservar la confianza de nuestros clientes y aumentar la participación en el mercado. En 2006, actualizamos 150 de las tiendas que tenían el formato anterior para que se asemejara más a los prototipos de las tiendas actuales, y lo logramos interfiriendo mínimamente con nuestros clientes. Estas actualizaciones estaban orientadas a trasladar departamentos enteros, mejorar las áreas circundantes y facilitar la realización de las compras en los departamentos de electrodomésticos, gabinetes y mesones, pisos, artículos de plomería de moda, paredes y ventanas, organización del hogar, maderas y materiales de construcción. Además, reemplazamos y renovamos todos los centros de ventas, incluidas las áreas de devoluciones y servicio de atención al cliente de dichas tiendas. Se colocaron gráficos, letreros e indicadores en el interior para facilitar la realización de las compras e iluminar el entorno. Por último, instalamos cajas sin ayuda en las 150 tiendas actualizadas. En 2007, esperamos completar el proceso de actualización en más de 100 tiendas adicionales. Realizamos estas inversiones constantemente a fin de mantener nuestras tiendas en el más alto nivel y de ofrecer a los clientes la experiencia de realización de compras y el entorno que esperan. En consecuencia y a pesar de las presiones externas que afrontamos en 2006, obtuvimos 110 puntos base de participación en el mercado distribuidos en las 20 categorías de productos, según mediciones independientes, lo que indica claramente que cada vez son más los clientes que eligen Lowe's para satisfacer sus necesidades de mejoras del hogar.

Ventas de especialidad

Reconocemos la oportunidad que representan las iniciativas de ventas de especialidad y la importancia de estos negocios en nuestro crecimiento a largo plazo. Nuestras iniciativas de ventas de especialidad incluyen tres categorías principales: ventas e instalación, ventas por pedido especial y ventas a clientes comerciales, conocidas internamente como las "tres grandes". Además, nuestro esfuerzo por utilizar el comercio electrónico para impulsar las ventas y por ofrecer información sobre productos de manera conveniente a los clientes está coordinado por el grupo de ventas de especialidad. Las iniciativas de ventas de especialidad denominadas "tres grandes" alcanzaron resultados heterogéneos en 2006. La duda de algunos clientes de emprender proyectos grandes afectó el sector de ventas e instalación y el de ventas por pedido especial en la segunda mitad de 2006. Las ventas en el sector ventas e instalación fueron levemente mayores que el promedio de la empresa, mientras que las ventas por pedido especial aumentaron menos que el promedio de la empresa. No obstante, el incremento en las ventas a clientes comerciales casi duplicó el promedio de la empresa.

Asimismo, continuamos perfeccionando nuestras ofertas, por ejemplo, realizamos una evaluación constante de un modelo de ventas interno para determinadas categorías de ventas e instalación, incorporamos nuevas herramientas de ventas electrónicas para los pedidos especiales y muchas mejoras en el sitio Lowes.com continuaremos creciendo en estas áreas en 2007.

Expansión con nuevas tiendas

Tenemos amplias oportunidades de crecimiento y vemos que existe la posibilidad de establecer más de 2000 tiendas en América del Norte con nuestros prototipos actuales. En 2006, inauguramos 155 tiendas (151 nuevas y 4 trasladadas) en mercados nacionales. Con estas inauguraciones, la cantidad de tiendas es ahora 1385 en 49 estados. Planeamos inaugurar otras 150 a 160 tiendas en 2007, incluidas las primeras en Toronto, Canadá, en la segunda mitad de 2007. También anunciamos nuestra intención de ingresar en el mercado mexicano y tenemos planes para la apertura de tres a cinco tiendas en Monterrey en 2009.

Perfeccionamiento de la eficacia operativa

Productividad de las tiendas

Nuestro objetivo es mejorar la productividad de las tiendas y la eficacia operativa. Cuanto más productivos sean nuestros empleados en las tareas, más tiempo tendrán para brindarle asistencia a los clientes. Los fundamentos de la productividad sostenida incluyen evaluar el valor de las tareas realizadas, planificar las ventas y las horas con precisión, garantizar que nuestros empleados estén disponibles cuando los clientes están realizando compras y monitorear las mediciones clave de trabajo. Seguiremos garantizando que nuestra base de empleados esté formada por personal permanente y talentoso en todos los niveles de la organización que impulse el crecimiento y que mantenga nuestro compromiso con la prestación de servicios.

Estamos trabajando, además, en mejorar nuestra cultura de ventas mediante la capacitación constante de nuestro equipo y el perfeccionamiento de nuestro servicio. Los clientes nos comentan que desean hablar con personal de ventas idóneo, por lo tanto, seguiremos concentrados en ampliar los conocimientos que nuestros empleados tienen de los productos.

Comercialización

Una de las maneras que utilizamos para incrementar las ventas es mediante los exhibidores, los letreros, las adyacencias y la presentación de productos como herramientas para mejorar la experiencia de realizar compras. Los clientes compran más cuando pueden identificar fácilmente las características y las ventajas, comparar los distintos productos y comprar artículos relacionados ubicados en el área cercana. Cuando la presentación es coherente e informativa, cuando el espacio destinado es suficientemente atractivo para satisfacer la demanda y cuando los empleados de la tienda se ocupan de que los exhibidores estén siempre llenos y listos para las compras, la experiencia de realizar compras de los clientes es mejor. Cuando los letreros son claros y concisos, y brindan a los clientes la información que ellos necesitan para poder decidirse respecto de una compra, también compran más. Éste es el enfoque eficaz de comercialización que sigue impulsando las ventas en nuestras tiendas.

Red de distribución

Nuestra red de distribución permite la expansión con nuevas tiendas y mejora la eficacia operativa. A fin de mejorar el servicio y la eficacia de esta red, nuestra principal iniciativa durante los últimos dos años fue el Reabastecimiento rápido (R3, Rapid Response Replenishment), que abarcó varias mejoras en la cadena de suministro que nos permitieron trasladar de manera eficaz los productos a nuestras tiendas en entornos con demandas cambiantes. Esa plataforma está bien establecida y es en estos momentos nuestro modelo operativo estándar. Todos los años de inversión en la organización de la logística y la distribución y su perfeccionamiento permitieron que ésta se transformara en una de nuestras ventajas competitivas clave. La organización se centra en mejorar el servicio prestado a nuestras tiendas, en mejorar la eficacia y la productividad de inventario. En promedio en 2006, el 70% aproximadamente de la mercadería en existencia que compramos se envió a través de nuestra red de distribución, mientras que la parte restante se envió directamente a las tiendas desde los proveedores. En el cuarto trimestre de 2006, alcanzamos un 75% aproximadamente. Como evidencia de la eficacia obtenida con el uso de la red de distribución, los inventarios de las tiendas comparables y los de centros de distribución disminuyeron levemente en comparación con el año anterior.

NORMAS Y ESTIMACIONES CONTABLES CRÍTICAS

La siguiente discusión y análisis de la situación patrimonial y del resultado de las operaciones de la empresa se basan en los estados contables consolidados y en las notas a los estados contables consolidados presentados en este informe anual, los cuales han sido preparados de acuerdo con principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos. La preparación de dichos estados contables requiere que hagamos estimaciones que afectan los montos informados de activos, pasivos, ventas y gastos, y la información relacionada con los activos y pasivos contingentes. Basamos estas estimaciones en los resultados históricos y en otras varias presunciones que consideramos razonables. Todo esto constituye las bases para hacer estimaciones sobre los valores contables de los activos y pasivos que no se hallan fácilmente disponibles de otras fuentes. Los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones.

Nuestras normas contables significativas están descritas en la Nota 1 a los estados contables consolidados. Consideramos que los siguientes principios contables afectan las estimaciones más significativas utilizadas para la preparación de los estados contables consolidados.

Inventario de mercaderías

Descripción

Contabilizamos una reserva de inventario por la pérdida relacionada con la venta de existencias discontinuadas a un precio menor que el costo. Esta reserva se basa en nuestro conocimiento actual respecto de los niveles de inventario, las tendencias de las ventas y la experiencia histórica. Durante 2006, nuestra reserva disminuyó en \$38 millones y alcanzó \$66 millones al 2 de febrero de 2007, como resultado de una mejor venta de existencias discontinuadas o de movimiento lento. También contabilizamos una reserva de inventario por la disminución calculada en las existencias físicas. Esta reserva se basa principalmente en los resultados reales de las disminuciones respecto de las existencias físicas anteriores. Durante 2006, incrementamos la reserva de inventario por disminución en \$16 millones y alcanzamos \$129 millones al 2 de febrero de 2007.

Criterios e incertidumbres involucrados en la estimación

No consideramos que nuestros inventarios de mercaderías estén sujetos a un riesgo de obsolescencia significativo en el futuro cercano y tenemos la capacidad de ajustar las prácticas de compra según las tendencias de venta anticipadas y las condiciones económicas generales. Sin embargo, los cambios en los modelos de compra de los consumidores pueden tener como consecuencia la necesidad de constituir reservas adicionales. De la misma manera, es posible que sea necesario realizar variaciones en la reserva calculada por disminución, según los resultados de las existencias físicas.

Efecto en caso de que los resultados reales difieran de las presunciones

Si bien según nuestra opinión, contamos con suficiente conocimiento actual e histórico para registrar estimaciones razonables para ambas reservas de inventario, es posible que los resultados reales difieran de las reservas contabilizadas. Una variación del 10% en la reserva de existencias discontinuadas habría afectado las ganancias netas en aproximadamente \$4 millones para 2006. Una variación del 10% en nuestra reserva de disminuciones calculadas habría afectado las ganancias netas en aproximadamente \$8 millones para 2006.

Fondos de proveedores

Descripción

Recibimos fondos de los proveedores en el curso ordinario de las actividades, principalmente como resultado de volúmenes de compra, ventas, pagos adelantados o promociones de los productos de los proveedores.

Conforme a la Publicación N.º 02-16 (EITF 02-16) de la Fuerza de Trabajo para Asuntos Emergentes (Emerging Issues Task Force), "Contabilización por un cliente (incluso el revendedor) de cierta contraprestación recibida de un proveedor", los fondos del proveedor son tratados como una reducción del costo de inventario, a menos que representen el reembolso de costos incrementales específicos e identificables en los que incurrió el cliente para vender el producto del proveedor.

Prácticamente ninguno de los fondos de proveedores que recibimos satisfacen los criterios incrementales específicos e identificables de la EITF 02-16. Por consiguiente, tratamos la mayoría de estos fondos como una reducción del costo de inventario a medida que se reciben los montos y los contabilizamos como una reducción del costo de ventas en el momento en que se venden las existencias.

Criterios e incertidumbres involucrados en la estimación

Sobre la base de las cláusulas efectivas en los acuerdos con los proveedores, desarrollamos tasas de devengamiento de fondos de proveedores mediante el cálculo del momento en el que habremos logrado nuestro cumplimiento del acuerdo y en el que se recibirán los montos. Durante el año, debido a la complejidad y la diversidad de los acuerdos con distintos proveedores, realizamos análisis y revisamos las tendencias históricas para garantizar que los montos obtenidos queden registrados de manera adecuada. Como parte de estos análisis, validamos nuestras tasas de devengamiento sobre la base de las tendencias reales de compra y aplicamos dichas tasas a los volúmenes reales de compra para determinar la cantidad de fondos devengados y por cobrar del proveedor. Los montos devengados durante el año pueden resultar afectados si los volúmenes reales de compra difieren de los proyectados, en especial en los casos de los programas que establecen fondos mayores cuando se alcanzan los volúmenes de compra graduados.

Efecto en caso de que los resultados reales difieran de las presunciones

Si los resultados reales no son coherentes con las presunciones y las estimaciones utilizadas, podemos estar expuestos a ajustes adicionales que pueden afectar de manera positiva o negativa el margen bruto y el inventario. No obstante, prácticamente todos los montos por cobrar asociados a estas actividades se recaudan dentro del año fiscal siguiente y, por lo tanto, no requieren estimaciones subjetivas a largo plazo. Los ajustes en el margen bruto y el inventario en el año fiscal siguiente no se han materializado en el pasado.

Autoseguro

Descripción

Estamos autoasegurados contra ciertas pérdidas relacionadas con los accidentes de trabajo, contra la responsabilidad relacionada con automóviles, inmuebles, la responsabilidad general y del producto, y contra ciertas reclamaciones médicas y dentales. Las reclamaciones de autoseguro presentadas y las reclamaciones por siniestros ocurridos pero no informados son devengados sobre la base de nuestras estimaciones del costo final descontado de las reclamaciones por siniestros ocurridos autoasegurados, utilizando presunciones actuariales seguidas en la industria del seguro y la experiencia histórica. Durante 2006, nuestro pasivo de autoseguro aumentó \$79 millones y alcanzó \$650 millones hasta el 2 de febrero de 2007, como resultado de un aumento en el número de tiendas y de empleados.

Criterios e incertidumbres involucrados en la estimación

Estas estimaciones están sujetas a las variaciones en la tasa de descuento utilizada, en la liquidación de sueldos, en las ventas y unidades de vehículos, y en la frecuencia y gravedad de las reclamaciones.

Efecto en caso de que los resultados reales difieran de las presunciones

Si bien consideramos que tenemos la capacidad de registrar adecuadamente las pérdidas calculadas relacionadas con las reclamaciones, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados. Una variación del 10% en el pasivo de autoseguro habría afectado las ganancias netas en aproximadamente \$40 millones para 2006. Una variación del 1% en la tasa de descuento habría afectado las ganancias netas en aproximadamente \$9 millones para 2006.

Contabilización de ingresos

Descripción

Para obtener un análisis completo de las políticas de contabilización de ingresos, vea la Nota 1 a los estados contables consolidados. Las siguientes estimaciones contables relacionadas con la contabilización de ingresos requieren que la gerencia haga conjeturas y aplique un criterio en cuanto a los efectos de los hechos futuros que no pueden ser determinados con certeza.

Los ingresos por tarjetas prepagas recargables, como tarjetas de regalo y créditos por mercaderías devueltas, son diferidos y contabilizados cuando se canjean las tarjetas. Contabilizamos las ganancias derivadas de las tarjetas prepagas recargables no canjeadas en el momento en el que el canje se hace inalcanzable. Nuestras tarjetas prepagas recargables no tienen vencimiento. Por lo tanto, para determinar cuándo un canje es inalcanzable, analizamos la antigüedad de las tarjetas no canjeadas, según la fecha en que se usó por última vez la tarjeta prepaga recargable. Los ingresos diferidos relacionados con las tarjetas prepagas recargables en circulación aumentó \$74 millones y alcanzaron los \$367 el 2 de febrero de 2007.

Vendemos contratos de extensión de garantías con precios separados conforme al programa para el cual la empresa está autoasegurada. Contabilizamos los ingresos de las ventas de extensión de garantías de acuerdo con el método de la línea recta a lo largo de la vigencia del contrato. Esto se debe a la falta de evidencia histórica suficiente que indique que los costos de prestación de servicios conforme a los contratos se incurren por un método diferente al método de la línea recta, como resultado de estar en la etapa inicial del programa. El plazo de los contratos de extensión de garantía oscila entre uno y cuatro años a partir de la fecha de la compra y la fecha de finalización de la garantía del fabricante, en caso de que corresponda. Agrupamos y evaluamos constantemente los contratos de extensión de garantía de acuerdo con las características de los productos subyacentes y la cobertura proporcionada a fin de controlar las pérdidas esperadas. Una pérdida sería contabilizada si los costos esperados de la prestación de servicios conforme a los contratos superaran el monto de los costos de adquisición no amortizados y los ingresos diferidos relacionados con los contratos. Los ingresos diferidos relacionados con los contratos de extensión de garantía aumentaron \$109 millones y alcanzaron \$315 millones hasta el 2 de febrero de 2007. El pasivo relacionado con las reclamaciones por falta de pago de extensión de garantías en que se incurrió fue mínimo hasta el 2 de febrero de 2007 y el 3 de febrero de 2006.

Contabilizamos una reserva por la devolución anticipada de las mercaderías mediante una reducción de las ventas y del costo de ventas en el período en que se contabilizan las ventas relacionadas. Utilizamos niveles históricos de devolución para calcular los índices de devolución que se aplican a las ventas durante el período de devoluciones promedio calculado.

Criterios e incertidumbres involucrados en la estimación

Existe un criterio intrínseco en la evaluación de cuándo la amortización de las tarjetas prepagas recargables se vuelve inalcanzable y, por lo tanto, cuándo los ingresos relacionados se contabilizan.

En el caso de la extensión de garantías, existe un criterio intrínseco en la evaluación de las pérdidas esperadas como resultado de nuestro método de agrupación y evaluación de los contratos de extensión de garantía y de la determinación actuarial del costo aproximado de los contratos. También existe un criterio intrínseco en la determinación del patrón de reconocimiento de costos de prestación de servicios conforme a los contratos.

Existe un criterio aplicado a nuestro cálculo de los niveles históricos de devoluciones y en la determinación del período de devoluciones promedio calculado.

Efecto en caso de que los resultados reales difieran de las presunciones

No anticipamos la existencia de un cambio significativo en los cálculos o las presunciones futuras que utilizamos para contabilizar los ingresos relacionados con las tarjetas prepagas recargables que no hayan sido canjeadas. Sin embargo, si los resultados reales no son coherentes con las presunciones o los cálculos, podemos incurrir en ingresos o gastos adicionales. Una variación del 10% en el cálculo de las tarjetas prepagas recargables no canjeadas, para las cuales el canje se considera inalcanzable, afectaría las ganancias netas en \$2 millones aproximadamente en 2006.

En la actualidad, no anticipamos las pérdidas en las que podamos incurrir en los contratos de extensión de garantía. Si bien pensamos que tenemos la capacidad de controlar y calcular adecuadamente las pérdidas esperadas conforme a los contratos de extensión de garantía, es posible que los resultados reales difieran de los cálculos realizados. Además, si la evidencia futura indica que se incurre en los costos de la prestación de servicios conforme a estos contratos de una manera distinta del método de la línea recta, el momento exacto de la contabilización de los ingresos conforme a estos contratos puede modificarse. Una variación del 10% en el monto de los ingresos contabilizados en 2006 conforme a estos contratos afectaría las ganancias netas en \$2 millones aproximadamente.

A pesar de que creemos contar con suficiente conocimiento actual e histórico para registrar estimaciones razonables de devoluciones de ventas, es posible que las devoluciones actuales difieran de los montos registrados. Una variación del 1% en las devoluciones reales habría afectado las ganancias netas para 2006 en \$3 millones aproximadamente. Una variación del 1% en el período de devoluciones promedio no habría tenido un impacto significativo en las ganancias netas para 2006.

OPERACIONES

La siguiente tabla establece la relación porcentual respecto de las ventas netas de cada línea de los estados de resultados consolidados, así como también la variación porcentual en dólares respecto del año anterior. Esta tabla debe ser leída junto con la discusión y el análisis siguientes, y los estados contables consolidados, incluidas las notas a los estados contables consolidados.

| | 2006 | 2005 | Aumento/ (disminución) de puntos base de ventas netas del año anterior ¹ | Aumento/ (disminución) del porcentaje en dólares del año anterior ¹ |
|---|------------------|------------------|---|--|
| | 2006 vs. 2005 | 2006 vs. 2005 | | |
| Ventas netas | 100% | 100% | N/D | 9% |
| Margen bruto | 34,52 | 34,20 | 32 | 10 |
| Gastos: | | | | |
| Gastos de comercialización, generales y administrativos | 20,75 | 20,84 | (9) | 8 |
| Costos de apertura de tiendas | 0,31 | 0,33 | (2) | 3 |
| Amortización | 2,48 | 2,27 | 21 | 19 |
| Interés – neto | 0,33 | 0,37 | (4) | (3) |
| Gastos totales | 23,87 | 23,81 | 6 | 9 |
| Ganancias antes de impuestos | 10,65 | 10,39 | 26 | 11 |
| Provisión de impuesto a las ganancias | 4,03 | 4 | 3 | 9 |
| Ganancias netas | 6,62% | 6,39% | 23 | 12% |

| | 2005 | 2004 | Aumento/ (disminución) de puntos base de ventas netas del año anterior ¹ | Aumento/ (disminución) del porcentaje en dólares del año anterior ¹ |
|---|------------------|------------------|---|--|
| | 2005 vs. 2004 | 2005 vs. 2004 | | |
| Ventas netas | 100% | 100% | N/D | 19% |
| Margen bruto | 34,20 | 33,56 | 64 | 21 |
| Gastos: | | | | |
| Gastos de comercialización, generales y administrativos | 20,84 | 20,74 | 10 | 19 |
| Costos de apertura de tiendas | 0,33 | 0,34 | (1) | 15 |
| Amortización | 2,27 | 2,35 | (8) | 14 |
| Interés – neto | 0,37 | 0,48 | (11) | (10) |
| Gastos totales | 23,81 | 23,91 | (10) | 18 |
| Ganancias antes de impuestos | 10,39 | 9,65 | 74 | 28 |
| Provisión de impuesto a las ganancias | 4 | 3,71 | 29 | 28 |
| Ganancias netas | 6,39% | 5,94% | 45 | 28% |

| Otras mediciones | 2006 | 2005 | 2004 |
|---|---------|---------|---------|
| Incremento en las ventas de tiendas comparables ² | 0% | 6,1% | 6,6% |
| Transacciones de clientes (en millones) ¹ | 680 | 639 | 575 |
| Ingreso promedio ^{1,3} | \$68,98 | \$67,67 | \$63,43 |
| Al cierre del ejercicio: | | | |
| Número de tiendas | 1385 | 1234 | 1087 |
| Pies cuadrados de superficie de ventas (en millones) | 157 | 140 | 124 |
| Pies cuadrados promedio de ventas de las tiendas (en miles) | 113 | 113 | 114 |
| Retorno sobre los activos iniciales ^{1,4} | 12,6% | 13,1% | 11,6% |
| Retorno sobre el patrimonio inicial ^{1,5} | 21,7% | 24% | 21,3% |

1. Los períodos fiscales finalizados el 2 de febrero de 2007 y el 28 de enero de 2005 comprendieron 52 semanas. El período fiscal que finalizó el 3 de febrero de 2006 comprendió 53 semanas.

2. Definimos como tienda comparable aquella que ha estado abierta por más de 13 meses. Una tienda identificada para traslado deja de ser considerada comparable un mes antes de su traslado. Para que una tienda trasladada sea considerada comparable, debe permanecer abierta por más de 13 meses.

El incremento en las ventas de tiendas comparables para 2006 incluido en la tabla que antecede fue calculado utilizando las ventas para un período comparable de 52 semanas, mientras que el incremento en las ventas de tiendas comparables para 2005 fue calculado utilizando las ventas para un período comparable de 53 semanas.

3. Definimos los ingresos promedio como las ventas netas divididas por el número de transacciones de los clientes.

4. El retorno sobre los activos iniciales se define como las ganancias netas divididas por los activos iniciales totales.

5. El retorno sobre el patrimonio inicial se define como las ganancias netas divididas por el patrimonio inicial.

Período fiscal 2006 comparado con el período fiscal 2005

A los fines de la siguiente discusión, las ventas de tiendas comparables, los ingresos promedio de tiendas comparables y las transacciones de clientes de tiendas comparables se basan en períodos comparables de 52 semanas.

Ventas netas

Nuestro empeño continuo por respetar las bases y ofrecer soluciones de valor para los clientes junto con nuestro programa de expansión de tiendas permitió alcanzar ventas por \$46,9 millardos en 2006. Inauguramos 155 tiendas en 2006, entre ellas cuatro trasladadas, y finalizamos el año con 1385 tiendas en 49 estados. La semana adicional de 2005 dio por resultado aproximadamente \$750 millones en ventas netas adicionales, en 2005. Dejando de lado la semana adicional, las ventas netas se habrían incrementado en un 10% en 2006.

Las ventas de tiendas comparables se mantuvieron uniformes en 2006, en comparación con un aumento de ventas de tiendas comparables del 6,1% en 2005. Hubo un aumento mínimo en los ingresos promedio para las tiendas comparables en comparación con el año anterior, pero las transacciones de clientes de tiendas comparables disminuyeron levemente.

A pesar de que nueve de nuestras 21 regiones experimentaron incrementos en las ventas de tiendas comparables para 2006, las ventas en muchas regiones del país se vieron afectadas por la disminución del mercado de la vivienda. Los mercados en el noreste, en Florida y en California estuvieron más expuestos a la disminución en el sector de viviendas en 2006. Las tendencias de ventas de estas áreas indicaron claramente que los consumidores eran cautelosos en cuanto a las mejoras del hogar. Además, las áreas de la costa del golfo y de Florida, que experimentaron una mayor demanda en 2005 por la reconstrucción a causa de los huracanes, presentaron disminuciones en las ventas de tiendas comparables en la segunda mitad de 2006. Esperamos que las comparaciones difíciles de las ventas disminuyan en la segunda mitad de 2007, al cumplirse dos años de los huracanes Katrina, Rita y Wilma.

Como consecuencia de un entorno difícil para las ventas, sólo 11 de las 20 categorías de productos experimentaron aumentos en las ventas de tiendas comparables en 2006. Las categorías que tuvieron un rendimiento superior al promedio de variación en las ventas de las tiendas comparables fueron las de plomería básica, materiales de construcción, electricidad básica, entorno del hogar, pintura, plomería de moda, pisos, vivero, vida en temporada y productos para césped y jardín. Además, el área de accesorios tuvo un rendimiento equivalente a la variación promedio de las ventas de tiendas comparables en 2006. A pesar del entorno difícil para las ventas, pudimos ampliar nuestra participación en el mercado en las 20 categorías de productos en comparación con el año calendario anterior, según las estimaciones realizadas por terceros.

El área de equipos de maquinaria para el jardín y maderas experimentó mayores disminuciones en las ventas de las tiendas comparables en 2006. La venta de generadores en las tiendas comparables disminuyó en un 35% durante el ejercicio, en comparación con las fuertes ventas impulsadas por los huracanes ocurridos en 2005. Además, un invierno más cálido de lo habitual provocó disminuciones en las ventas de las tiendas comparables para los equipos quitanieve. Sin embargo, a pesar de un entorno difícil para las ventas, experimentamos un incremento del 2% en la participación en el mercado en los equipos electromecánicos para exterior en el año calendario 2006. Los sectores de maneras y maderas contrachapadas experimentó una deflación en el costo superior al 15% y una deflación similar en el precio de venta minorista en 2006.

Las tres grandes iniciativas de ventas de especialidad alcanzaron resultados heterogéneos en 2006. La duda de algunos clientes de emprender proyectos grandes afectó el sector de ventas e instalación y el de ventas por pedido en la segunda mitad de 2006. Las ventas del sector ventas e instalación aumentaron un 9% durante 2005. En este sector se encuentran los productos en existencia o por pedido especial para los cuales ofrecemos la instalación a los clientes. Las ventas por pedido especial aumentaron un 5% durante 2005. Por otro lado, el crecimiento de las ventas a los clientes comerciales duplicó el promedio de la empresa.

Margen bruto

Para el 2006, el margen bruto de 34,52% representaba un aumento de 32 puntos base con respecto a 2005. Este aumento como porcentaje de las ventas se debió principalmente a un mix de productos positivo y una gran proporción de productos importados, que típicamente tienen menores costos de adquisición. En 2006, importamos aproximadamente un 11% de nuestros productos en comparación con aproximadamente el 9,5% del año anterior. Estos artículos estuvieron levemente compensados por una disminución más notable del inventario como un porcentaje de las ventas.

Gastos de comercialización, generales y administrativos

El descenso en los gastos de comercialización, generales y administrativos como porcentaje de las ventas de 2005 a 2006 se debió principalmente a los menores gastos relacionados con los bonos y los planes de jubilación. Nuestros gastos de bonos y jubilación basados en el rendimiento varían con nuestras ventas y ganancias relacionadas con el plan, y disminuyeron aproximadamente \$200 millones o 50 puntos bases en 2006. Además, los gastos de seguro subieron 12 puntos base en 2006, como resultado de nuestras iniciativas de seguridad continuas y los beneficios de cambios regulatorios en ciertos estados, lo que contribuyó a proyecciones actuariales de costos menores para resolver reclamaciones. Estos artículos se vieron parcialmente compensados por una disminución en los costos salariales de la tienda. Como las ventas bajaron durante el año, nuestras tiendas adaptaron sus horarios adecuadamente. Sin embargo, debido a nuestros requisitos básicos de contratación de personal y los estándares de servicio de atención al cliente, elegimos no reducir los salarios en la misma proporción que habían disminuido las ventas.

Costos de apertura de tiendas

Costos de apertura de tiendas, que incluyen los costos salariales y de suministros en los que se incurrió antes de la apertura, así como los costos publicitarios de apertura principales, totalizaron \$146 millones en 2006 en comparación con los \$142 millones en 2005. Estos costos están relacionados con la apertura de 155 tiendas en 2006 (151 nuevas y cuatro trasladadas), en comparación con la apertura de 150 tiendas en 2005 (147 nuevas y tres trasladadas). Los costos de apertura de tiendas durante el ejercicio promediaron \$0,9 millones por tienda en 2006 y 2005. Debido a que estos costos son cargados a resultados cuando se incurre en ellos, el momento de contabilización de los gastos puede variar según el momento en que se producen las aperturas.

Amortización

La amortización provocó la disminución de 21 puntos base como un porcentaje de las ventas en 2006. Esta disminución fue impulsada por un crecimiento en los activos y el entorno de ventas débil. Hasta el 2 de febrero de 2007, el 86% de nuestras tiendas son propias, en comparación con el 84% que poseíamos hasta el 3 de febrero de 2006 que incluye tiendas en tierras alquiladas. El valor de las propiedades, menos la amortización acumulada, se incrementó a \$19 millardos hasta el 2 de febrero de 2007, en comparación con los \$16,4 millardos que tenía hasta el 3 de febrero de 2006. El aumento en las propiedades resultó principalmente de nuestro programa de expansión de tiendas y de nuestros esfuerzos de actualización.

De interés

Los intereses pagados netos comprenden:

| (En millones) | 2006 | 2005 |
|---|--------------|--------------|
| Intereses pagados, netos de montos capitalizados | \$200 | \$186 |
| Amortización de descuentos de emisiones originales y costos de los préstamos | 6 | 17 |
| Intereses ganados | (52) | (45) |
| Intereses netos pagados | \$154 | \$158 |

Los intereses pagados se incrementaron especialmente debido a la emisión de la deuda de octubre de 2006 por \$1000 millones, parcialmente compensada por menores intereses pagados sobre la deuda convertible debido a las conversiones realizadas en el año 2006. Los intereses pagados relacionados con los arrendamientos de capital totalizaron \$34 millones para 2006 y \$39 millones en 2005. La amortización de los costos de préstamos disminuyeron en 2006 en comparación con el año anterior como resultado de las conversiones de deuda incrementada.

Provisión de impuesto a las ganancias

Nuestra tasa efectiva de impuesto fue del 37,9% en 2006 en comparación con 38,5% en 2005. La disminución de la tasa efectiva del impuesto fue el resultado de mayores créditos de impuesto federal asociados con los programas de Créditos Fiscales de Trabajo (Work Opportunity Tax Credits) y el Bienestar Laboral (Welfare to Work) y el aumento de créditos, y mayores créditos de impuesto estatal relacionados con nuestras inversiones en personal y propiedades.

Período fiscal 2005 comparado con el período fiscal 2004

A los fines de la siguiente discusión, las ventas de tiendas comparables, los ingresos promedio de tiendas comparables y las transacciones de clientes de tiendas comparables se basan en períodos comparables de 53 semanas.

Ventas netas

Las ventas de tiendas comparables, nuestro programa permanente de expansión y traslado de tiendas y el crecimiento sostenido en las tres iniciativas de venta de especialidad fueron los factores clave que impulsaron el incremento en las ventas durante el año 2005. Abrimos 150 tiendas en el año 2005, hicimos tres traslados, y finalizamos el año con tiendas en 49 estados, incluidas nuestras primeras tiendas en Nuevo Hampshire. La semana adicional en 2005 dio por resultado aproximadamente \$750 millones en ventas y tuvo un impacto en el incremento de aproximadamente el 2,1% en las ventas de 2005.

El incremento en las ventas de tiendas comparables del 6,1% en 2005 estaba en el mismo nivel de los incrementos de ventas de tiendas comparables del 6,6% en 2004 y 6,7% en 2003. El incremento en las ventas de tiendas comparables en 2005 se vio impulsado por aumentos en las transacciones y los ingresos promedio. Los ingresos promedio para tiendas comparables se incrementaron aproximadamente un 6,1%, mientras que hubo un leve incremento en las transacciones de clientes de tiendas comparables.

Experimentamos incrementos en las ventas de tiendas comparables en todas las categorías de productos para 2005. Las categorías que tuvieron un rendimiento mayor que el incremento promedio en las ventas de tiendas comparables de la empresa incluyeron la instalación de puertas y ventanas, la plomería básica, los materiales de construcción, la electricidad básica, los equipos de maquinaria para el jardín, los electrodomésticos, el entorno del hogar, la pintura, los pisos, los gabinetes y las cubiertas prefabricadas. Además, los accesorios y los artículos de plomería de moda tuvieron un rendimiento equivalente al incremento promedio en las ventas de tiendas comparables. La inflación de los precios de la madera y de los materiales de construcción favoreció las ventas de tiendas comparables para el año 2005 de aproximadamente 50 puntos base, dirigidas por los productos de yeso, techos y cemento. Continuamos ganando participación en el mercado en las categorías de productos clave anteriormente dominadas por otros canales, que incluyen electrodomésticos, equipos de maquinaria para el jardín, gabinetes y cubiertas prefabricadas.

La categoría de electrodomésticos produjo un incremento en las ventas de tiendas comparables de dos dígitos para 2005. De acuerdo con las mediciones independientes, incrementamos nuestra participación unitaria en los principales electrodomésticos en 130 puntos base para el año calendario 2005 respecto del año calendario 2004. Nuestro éxito en el rubro electrodomésticos está a cargo de nuestros especialistas en selección de marcas y de ventas conocedores. La introducción de los electrodomésticos digitales Samsung en 2005 es evidencia de nuestro compromiso para mejorar la selección de marcas y las ofertas competitivas.

Experimentamos un incremento en las ventas de tiendas comparables de dos dígitos para 2005 en gabinetes y cubiertas prefabricadas, impulsado por el énfasis en las ofertas de nuestros productos por nuestro enfoque orientado a la iniciativa de ventas e instalación, que representa un papel clave como impulso de las ventas de gabinetes y cubiertas prefabricadas.

Los equipos de maquinaria para el jardín produjeron un elevado incremento en las ventas de tiendas comparables de un dígito para el año. De acuerdo con las mediciones independientes, incrementamos nuestra participación unitaria en los equipos de maquinaria para el jardín en 190 puntos base para el año calendario 2005 respecto del año calendario 2004.

También experimentamos aumentos en las ventas de tiendas comparables en 18 de las 21 regiones geográficas. Continuamos experimentando un importante volumen de ventas en las regiones de Florida y la Costa del Golfo, ya que los clientes reparan los daños causados por los huracanes de 2005 y 2004. Experimentamos una disminución en las ventas de tiendas comparables en dos regiones del Noreste que tuvieron un inicio lento afectado por el clima en el primer trimestre y nunca se recuperaron totalmente. Además, ciertas áreas de la división Central del Norte sufrieron suspensiones y cierres de plantas que aparecieron en los titulares de los periódicos, lo que contribuyó a esta disminución en las ventas de tiendas comparables.

El crecimiento en las tres grandes iniciativas de ventas de especialidad también produjo un aumento en las ventas en 2005. Nuestra orientación a la ejecución según el modelo de ventas e instalación condujo al incremento del 31% en ese segmento respecto del año 2004. Nuestro crecimiento en el año 2005 fue impulsado por las ventas de gabinetes y cubiertas prefabricadas y pisos, y por la instalación de ventanas y puertas. Las ventas por pedido especial aumentaron un 25% durante 2004. Por último, obtuvimos un importante crecimiento de las ventas a los clientes comerciales. El fortalecimiento de las relaciones con el cliente, respaldadas por el marketing dirigido y una variedad de mercaderías específicas para el mercado, continúan dirigiendo esta parte de nuestro negocio.

Margen bruto

Para 2005, el margen bruto del 34,20% representó un incremento de 64 puntos base respecto del año 2004. Aproximadamente 40 puntos base del incremento en el margen bruto como porcentaje de las ventas de 2005 se debieron al efecto de la implementación de la EITF 02-16 relacionado con los servicios de publicidad cooperativa y los servicios de las tiendas. Esto redujo el margen bruto en 2004, ya que estos fondos fueron activados en el inventario y contabilizados en los resultados como ingresos en el momento de la venta del producto. El incremento del margen bruto en 2005 fue también causado por el aumento de los bienes importados, las mejoras en la disminución de inventario y un efecto positivo del mix de ventas.

Gastos de comercialización, generales y administrativos

El aumento en estos gastos como porcentaje de las ventas de 2004 a 2005 se debe principalmente al incremento de los aportes para la bonificación por rendimiento conforme al Plan 401(k) como porcentaje de las ventas en los gastos de reabastecimiento de las tiendas, que resultó de nuestra inversión sostenida en las tiendas existentes y en los gastos de alquiler, a medida que continuamos expandiéndonos en los mercados metropolitanos. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por una reducción de los costos de servicios de los proveedores en las tiendas como porcentaje de las ventas. Nuestra evaluación permanente de los gastos de servicios de los proveedores en las tiendas nos permitió ajustar correctamente el nivel de servicio de proveedores, lo que condujo a una reducción como porcentaje de las ventas. Además, si bien se incrementaron los gastos de publicidad en comparación con 2004, pudimos mejorar los mensajes y perfeccionar nuestro mix de marketing para que nuestros programas publicitarios sean más productivos. Esto dio por resultado un aumento de los gastos de publicidad como porcentaje de las ventas en 2005.

Costos de apertura de tiendas

Los costos de apertura de tiendas totalizaron \$142 millones en 2005 en comparación con los \$123 millones en 2004. Dichos costos estaban asociados con la apertura de 150 tiendas en 2005 (147 nuevas y tres trasladadas), en comparación con la apertura de 140 tiendas en 2004 (136 nuevas y cuatro trasladadas). Los costos de apertura de tiendas durante el ejercicio promediaron \$0,9 millones por tienda en 2005 y 2004. Debido a que estos costos son cargados a resultados cuando se incurre en ellos, el momento de contabilización de los gastos puede variar según el momento en que se producen las aperturas.

Amortización

La amortización dio por resultado el incremento de ocho puntos base como porcentaje de las ventas en el año 2005. El 3 de febrero de 2006, la empresa poseía el 84% de las tiendas, en comparación con el 81% al 28 de enero de 2005, que incluye tiendas en terrenos alquilados. El valor de las propiedades, menos la amortización acumulada, se incrementó a \$16,4 millardos al 3 de febrero de 2006, en comparación con los \$13,9 millardos al 28 de febrero de 2005. El aumento en las propiedades resultó principalmente de nuestro programa de expansión de tiendas y de una inversión adicional en informática.

Interés

Los intereses pagados netos comprendieron:

| (En millones) | 2005 | 2004 |
|---|--------------|--------------|
| Intereses pagados, netos de montos capitalizados | \$186 | \$172 |
| Amortización de descuentos de emisiones originales y costos de los préstamos | 17 | 20 |
| Intereses ganados | (45) | (16) |
| Intereses netos pagados | \$158 | \$176 |

Los intereses pagados se incrementaron especialmente debido a la emisión de la deuda de octubre de 2005 por \$1000 millones, parcialmente compensada por menores intereses pagados sobre la deuda convertible debido a las conversiones realizadas en el año 2005. Los intereses pagados relacionados con los arrendamientos de capital totalizaron \$39 millones en 2005 y \$38 millones en 2004. Los intereses ganados se incrementaron especialmente debido a la inversión de una porción del producto de \$1000 millones de emisión de deuda en octubre de 2005.

Provisión de impuesto a las ganancias

Nuestra tasa efectiva de impuesto a las ganancias fue del 38,5% en 2005 y 2004.

SITUACIÓN PATRIMONIAL, LIQUIDEZ Y RECURSOS DE CAPITAL

Creemos en nuestro potencial para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo y, a pesar de que nos centramos en el aumento de las ventas y las ganancias, también nos centramos en el flujo de fondos. Al realizar mejoras de capital, esperamos que el flujo de fondo de las operaciones aumente más rápidamente que las ganancias. El objetivo a largo plazo es que el inventario aumente en un 75% del aumento de las ventas. Nuestra principal iniciativa durante los últimos dos años fue el Reabastecimiento rápido (R3, Rapid Response Replenishment), que abarcó varias mejoras en la cadena de suministro que nos permitirán trasladar de manera eficaz los productos a nuestras tiendas en entornos con demandas cambiantes. Esa plataforma está bien establecida y es en estos momentos nuestro modelo operativo estándar. En 2006, las ventas aumentaron un 8,5%, mientras que el aumento del inventario fue del 7,7%. El aumento en el balance del inventario de 2005 a 2006 fue el resultado de tiendas nuevas o tiendas no comparables. Los inventarios de las tiendas comparables y los de centros de distribución disminuyeron levemente en comparación con el año anterior. Además, estamos centrados en mejorar el capital de trabajo mediante el aumento del período de cuentas por pagar.

Flujos de Fondos

El siguiente cuadro resume los componentes de los estados de flujos de fondo consolidados. Esta tabla debe ser leída junto con la discusión y el análisis siguientes, y los estados contables consolidados, incluidas las notas a los estados contables consolidados:

| (En millones) | 2006 | 2005 | 2004 |
|---|--------|--------|--------|
| Efectivo neto generado por actividades operativas | \$4502 | \$3842 | \$3073 |
| Efectivo neto utilizado en actividades de inversión | (3715) | (3674) | (2362) |
| Efectivo neto utilizado en actividades financieras | (846) | (275) | (1047) |
| Disminución neta de efectivo y equivalentes | (59) | (107) | (336) |
| Efectivo y equivalentes, comienzos del ejercicio | 423 | 530 | 866 |
| Efectivo y equivalentes, al cierre del ejercicio | \$364 | \$423 | \$530 |

Los flujos de fondos de actividades operativas ofrecen una fuente importante de liquidez de la empresa. El aumento de efectivo suministrado por las actividades operativas en 2006 en comparación con 2005 dio como resultado principal el aumento de las ganancias netas y del período de cuentas por pagar, parcialmente compensado en el momento de los pagos de impuestos y una disminución de los ingresos diferidos asociados con las ventas de especialidad. El aumento de efectivo suministrado por las actividades operativas en 2005 en comparación con 2004 dio como resultado principal el aumento de las ganancias netas y una menor inversión en inventario en comparación con 2004. El capital de trabajo al 2 de febrero de 2007, fue de \$1,8 millardos, en comparación con los \$2 millardos al 3 de febrero de 2006. La disminución en el capital de trabajo se debió principalmente al aumento del período de cuentas por pagar.

El componente principal del efectivo neto utilizado en las actividades de inversión continúa siendo la apertura de nuevas tiendas, la inversión en tiendas ya existentes mediante restauraciones y actualizaciones, y la inversión en nuestra infraestructura del centro de distribución y tecnología de la información. Las adquisiciones de bienes de uso en efectivo alcanzaron \$3,9 millardos en 2006, \$3,4 millardos en 2005 y \$2,9 millardos en 2004. El espacio de venta minorista de 157 millones de pies cuadrados al 2 de febrero de 2007 representó un incremento del 12% con respecto al 3 de febrero de 2006. El espacio de venta minorista de 140 millones de pies cuadrados al 3 de febrero de 2005 representó un incremento del 13% con respecto al 28 de enero de 2005.

El aumento de efectivo utilizado en actividades financieras en 2006 en comparación con 2005 se obtuvo principalmente de mayores recompras de acciones ordinarias de acuerdo con el programa de recompra de acciones. La disminución de efectivo utilizado en las actividades financieras en 2005 respecto de 2004 se obtuvo principalmente del producto de la emisión de los títulos principales de \$1 millardo en octubre de 2005 y un volumen menor de recompra de acciones, compensado por un mayor volumen de pagos programados de deuda. El coeficiente deuda-patrimonio más deuda fue del 22% y 19,8% para los ejercicios finalizados en 2006 y 2005, respectivamente.

Fuentes de liquidez

Además de nuestros flujos de fondos generados por las operaciones, tenemos un préstamo principal por \$1 millardo con vencimiento en julio de 2009 que también proporciona una fuente de liquidez. Se dispone de esta facilidad para respaldar nuestro programa de papeles de comercio y para nuestros préstamos directos. Los montos de los préstamos se fijan sobre la base de las condiciones de mercado en el momento en que se proveen los fondos de acuerdo con las condiciones de la facilidad del préstamo principal. La facilidad del préstamo principal contiene ciertas cláusulas restrictivas, como el mantenimiento de un índice financiero específico, según o definido por la facilidad. La empresa se hallaba en cumplimiento de dichas cláusulas al 2 de febrero de 2007 y al 2 de febrero de 2006. Quince entidades bancarias están participando en la facilidad del préstamo principal por \$1 millardo. Al 3 de febrero de 2007, teníamos \$23 millones pendientes de pago conforme a la facilidad del préstamo principal, pero no teníamos préstamos pendientes conforme al programa de papeles de comercio. La tasa de interés sobre préstamos de corto plazo fue del 5,4%. Al 3 de febrero de 2006, no existían préstamos pendientes en virtud de la facilidad del préstamo principal o de nuestro programa de papeles de comercio.

Cinco bancos extendieron líneas de crédito por un total de \$486 millones a fin de emitir cartas de crédito documentarias y cartas de crédito contingentes. Estas líneas no tienen fecha de vencimiento y son analizadas periódicamente. Las comisiones de compromiso de 0,225% a 0,50% anuales son pagadas sobre los montos pendientes de las cartas de crédito. Las cartas de crédito pendientes totalizaron \$346 millones al 2 de febrero de 2007 y \$316 millones al 3 de febrero de 2006.

Requisitos de liquidez

Nuestro presupuesto de inversión en bienes de capital para 2006 es de \$4,6 millardos, incluidos aproximadamente \$300 millones de arrendamientos, que producen un flujo de salida de efectivo neto de \$4,3 millardos en 2007. Aproximadamente el 81% del compromiso planificado es para la expansión de las tiendas y de los nuevos centros de distribución. Los planes de expansión para 2007 consisten en 150 a 160 tiendas, incluidos cuatro traslados de tiendas más antiguas. Se espera que la expansión planificada incremente los pies cuadrados de superficie de ventas en aproximadamente un 11%. Todos los proyectos de 2007 serán de propiedad de la empresa, esto incluye aproximadamente el 32% que serán propiedades con terreno arrendado.

El 2 de febrero de 2007, la empresa poseía y operaba 11 centros de distribución regional (RDC). Esperamos abrir otros RDC en Rockford, Illinois y en el Líbano, Oregon en 2007, y estamos planeando otros RDC para 2008. Al 2 de febrero de 2007, contábamos con 13 centros de distribución de superficie plana para la manipulación de madera, materiales de construcción y otros artículos de gran longitud. Poseíamos 12 de estos centros de distribución de superficie plana y alquilábamos un centro de distribución de superficie plana. Esperamos abrir dos centros de distribución de superficie plana adicionales en 2007.

En octubre de 2006, la empresa emitió títulos principales no garantizados por \$1 millardo, que comprendían dos tramos: \$550 millones del 5,4% de títulos principales no garantizados con vencimiento en octubre de 2016 y \$450 del 5,8% de títulos principales no garantizados con vencimiento en octubre de 2036. Los intereses sobre los títulos principales son pagaderos por semestre vencido en abril y octubre de cada año hasta el vencimiento, comenzando en abril de 2007.

Desde la emisión hasta fines de 2006, los montos de capital de \$967 millones, o aproximadamente del 96% de los títulos convertibles de febrero de 2001, se han convertido de deuda a patrimonio. En 2006, se han convertido \$118 millones en montos de capital.

Los tenedores de los títulos convertibles principales emitidos en octubre de 2001, pueden convertir sus títulos en 34 424 acciones ordinarias de la empresa sólo si: el precio de venta de las acciones ordinarias de la empresa alcanza los umbrales especificados, o la calificación crediticia de los títulos está por debajo de un nivel especificado, o se requiere el rescate de los títulos o se han efectuado transacciones específicas que representan un cambio en el control. No existe ningún indicio de que la empresa no sea capaz de mantener la calificación mínima requerida de las inversiones. Desde la emisión hasta fines de 2006, se han convertido de deuda a patrimonio una pequeña parte de los títulos convertibles principales. Durante el cuarto trimestre de 2005, nuestros precios de cierre de las acciones alcanzaron el umbral especificado de manera tal que los títulos convertibles principales pueden, a opción de cada tenedor, ser convertibles en acciones ordinarias durante el primer trimestre de 2007. Los pagos de intereses en efectivo sobre los títulos convertibles principales se suspenderán en octubre de 2006. La empresa puede rescatar en efectivo todos los títulos o una porción de ellos en cualquier momento, a un precio equivalente a la suma del precio de emisión más el descuento de la emisión original devengada a la fecha del rescate.

Nuestras calificaciones de deuda al 2 febrero de 2007 eran las siguientes:

| Calificaciones actuales de la deuda | S&P | Moody's | Fitch |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Papeles de comercio | A1 | P1 | F1+ |
| Deuda principal | A+ | A1 | A+ |
| Perspectiva | Estable | Estable | Estable |

Según nuestra opinión, el efectivo neto generado por las actividades operativas y financieras será adecuado para nuestros planes de expansión y otros requerimientos operativos para los próximos 12 meses. Sin embargo, la disponibilidad de los fondos por medio de la emisión de papeles de comercio y de una nueva deuda podría ser influenciada negativamente debido a la disminución de la calificación de la deuda o al deterioro de los índices financieros. No existen cláusulas en ningún acuerdo que requieran la liquidación anticipada en efectivo de la deuda actual o de los arrendamientos como resultado de una disminución en la calificación de la deuda de la empresa o de una disminución en el precio de nuestras acciones.

Nuestros dividendos trimestrales en efectivo por acción se incrementaron en 2006 a \$0,05 por acción.

En enero de 2005, el Directorio autorizó recompras de acciones de hasta \$1 millardo hasta el año 2006. En enero y agosto de 2006, el Directorio autorizó hasta \$1 y \$2 millardos adicionales para la recompra de acciones hasta el año 2007 y 2008, respectivamente. Este programa se implementa por medio de compras realizadas ocasionalmente, ya sea en el mercado abierto o por medio de transacciones privadas. Las acciones adquiridas en virtud del programa de recompra de acciones son retiradas y recuperan la condición de acciones autorizadas y no emitidas. Durante 2006, la empresa recompró 56,8 millones de acciones a un costo total de \$1,7 millones. Al 2 de febrero de 2007, la autorización total restante alcanzó \$1,5 millardos en virtud del programa de recompra de acciones.

ACUERDOS FUERA DEL BALANCE

A excepción de los arrendamientos operativos en ejecución, no tenemos otra financiación fuera del balance que tenga o que pueda razonablemente tener un impacto, actual o futuro, significativo en la situación patrimonial, en los flujos de fondos, en los resultados de las operaciones, en la liquidez, en las inversiones en bienes de capital o en los recursos de capital de la empresa.

OBLIGACIONES CONTRACTUALES Y COMPROMISOS COMERCIALES

La siguiente tabla resume nuestros compromisos comerciales y obligaciones contractuales significativos:

| Obligaciones contractuales (En millones) | Pagos adeudados por período | | | | |
|--|-----------------------------|-------------------|---------------|---------------|----------------------|
| | Total | Menos de 1 año | 1-3 años | 4-5 años | Después de 5 años |
| Deuda a largo plazo (montos de capital e intereses, no se incluyen los descuentos) | \$7865 | \$281 | \$438 | \$870 | \$6276 |
| Obligaciones de arrendamiento de capital ¹ | 644 | 62 | 124 | 123 | 335 |
| Arrendamientos operativos ¹ | 5527 | 323 | 645 | 642 | 3917 |
| Obligaciones de compra ² | 2307 | 1079 | 834 | 382 | 12 |
| Total de obligaciones contractuales | \$16 343 | \$1745 | \$2041 | \$2017 | \$10 540 |

| Compromisos comerciales (En millones) | Monto de vencimiento de compromisos por período | | | | |
|--|---|-------------------|-------------|-------------|----------------------|
| | Total | Menos de 1 año | 1-3 años | 4-5 años | Después de 5 años |
| Cartas de crédito ³ | \$346 | \$344 | \$2 | \$- | \$- |

1. Los montos no incluyen impuestos, el mantenimiento de áreas comunes, seguro ni alquileres contingentes ya que históricamente han sido insignificantes.

2. Representa contratos de compra de inventario de mercaderías, propiedades y construcción de edificios y, en parte, compromisos relacionados con ciertos programas informáticos y de marketing.

3. Las cartas de crédito son emitidas para la compra de mercaderías de importación, contratos de inmuebles y construcción y programas de seguros.

PERSPECTIVA DE LA EMPRESA

Al 23 de febrero de 2007, fecha de la publicación de los ingresos del cuarto trimestre de 2006, se esperaba abrir entre 150 y 160 tiendas durante 2007, lo que daría como resultado un incremento total en pies cuadrados de aproximadamente un 11%. Se esperaba que las ventas totales se incrementaran un 10%, y las ventas de tiendas comparables se colocaran aproximadamente en un 2%. Se esperaba que el margen operativo, definido como margen bruto menos gastos de comercialización, generales y administrativos y amortización, disminuyera unos 70 u 80 puntos base. Además, se preveía que los costos de apertura de tiendas alcanzaran aproximadamente \$140 a 145 millones. Se esperaban ganancias diluidas por acción de entre \$2,02 y \$2,09 para el período fiscal que finaliza el 1 de febrero de 2008.

INFORMACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA ACERCA DEL RIESGO DE MERCADO

Nuestra principal exposición al riesgo de mercado es la pérdida potencial que surge del impacto de las variaciones en las tasas de interés sobre deudas a largo plazo. Nuestra política consiste en controlar los riesgos en las tasas de interés relacionados con esta deuda, y consideramos que se podría compensar cualquier riesgo significativo al acceder a instrumentos de tasa variable disponibles a través de nuestras líneas de crédito. Las siguientes tablas resumen nuestros riesgos de mercado relacionados con la deuda a largo plazo; no se incluyen los arrendamientos de capital y otros. Las tablas presentan los desembolsos de capital en efectivo y las tasas de interés relacionadas por año de vencimiento; no se incluyen los descuentos de emisiones originales no amortizados al 3 de febrero de 2006 y al 2 de febrero de 2007. Las tasas de interés variables se basan en las tasas promedio ponderadas de la cartera al cierre del período presentado. Los valores de mercado incluidos más abajo se determinaron usando las tasas de mercado o las tasas de interés de las cuales disponemos actualmente sobre deudas con términos y vencimientos similares.

Vencimientos de la deuda a largo plazo por período fiscal 2 de febrero de 2007

| (Dólares en millones) | Tasa fija | Tasa de interés promedio | Tasa variable | Tasa de interés promedio |
|---------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 2007 | \$59 | 7,24% | \$2 | 6,57% |
| 2008 | 7 | 7,84 | - | - |
| 2009 | 1 | 5,96 | - | - |
| 2010 | 501 | 8,25 | - | - |
| 2011 | 1 | 7,50 | - | - |
| Con posterioridad a dicha fecha | 3570 | 5,02% | - | - |
| Total | \$4139 | | \$2 | |
| Valor de mercado | \$4299 | | \$2 | |

Vencimientos de la deuda a largo plazo por período fiscal 3 de febrero de 2006

| (Dólares en millones) | Tasa fija | Tasa de interés promedio | Tasa variable | Tasa de interés promedio |
|---------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 2006 | \$5 | 7,58% | \$2 | 5,82% |
| 2007 | 59 | 7,25 | 2 | 5,82 |
| 2008 | 7 | 7,84 | - | - |
| 2009 | 1 | 7,49 | - | - |
| 2010 | 501 | 8,25 | - | - |
| Con posterioridad a dicha fecha | 2691 | 4,70% | - | - |
| Total | \$3264 | | \$4 | |
| Valor de mercado | \$3574 | | \$4 | |

Información relacionada con las proyecciones

En este informe anual, nos referimos al futuro de la empresa, particularmente en la “Carta a los accionistas” y en la “Discusión y análisis de la gerencia sobre la situación patrimonial y los resultados de las operaciones”. Si bien creemos que nuestras estimaciones y expectativas son razonables, no son garantía del rendimiento futuro. Nuestros resultados reales podrían diferir sustancialmente de nuestras expectativas, ya que, por ejemplo:

- Nuestras ventas dependen de la salud y estabilidad de la economía general. Monitoreamos los indicadores económicos clave, incluso los niveles de ingresos personales utilizables, crecimiento del empleo, volumen de ventas de viviendas y propiedad de viviendas. Además, los cambios en el nivel de reparaciones, remodelación y mejoras a viviendas existentes, los cambios en la actividad de construcción con fines comerciales y la disponibilidad y el costo de financiación pueden afectar nuestro negocio.
- Los eventos principales relacionados con el clima y con las condiciones climáticas que no son características de determinada estación, particularmente el clima húmedo y frío durante la primavera y los primeros meses de verano, pueden afectar las ventas de mercaderías y productos de temporada diseñados para uso exterior y por un corto plazo.
- Nuestra estrategia de expansión puede verse afectada por las normas ambientales, la zonificación local, la disponibilidad y la construcción de terrenos y por normas más estrictas relacionadas con el uso de tierras. Además, nuestra capacidad de garantizar una fuerza laboral altamente calificada es un elemento importante para el éxito de nuestra estrategia de expansión.
- Nuestro negocio es altamente competitivo y, a medida que construimos un creciente porcentaje de nuevas tiendas en mercados más grandes y utilizamos nuevos canales de venta, tales como Internet, podemos enfrentar nuevas formas de competencia.

- La capacidad de continuar con la estrategia de precios bajos todos los días y de ofrecer los productos que los clientes desean depende de que nuestros proveedores proporcionen un suministro confiable de productos a precios competitivos y de nuestra capacidad de administrar eficazmente el inventario. Debido a que una gran cantidad de los productos que vendemos son importados, cualquier restricción o limitación a la importación de dichos productos, la inestabilidad política o financiera en algunos de los países de los cuales los importamos, podrían interrumpir nuestro suministro de existencias importadas.
- Nuestro objetivo de incrementar nuestra participación en el mercado y nuestro compromiso de mantener bajos nuestros precios requieren que hagamos inversiones sustanciales en nueva tecnología y procesos, cuyos beneficios podrían tardar en concretarse más de lo esperado y podrían ser difíciles de implementar e integrar.

Para mayor información sobre estos y otros riesgos e incertidumbres a los que la empresa está expuesta, remítase a la sección “Factores de Riesgo” incluida en el informe anual en el Formulario 10-K para la Comisión de la Bolsa de Valores de los Estados Unidos. Todas las proyecciones de este informe son válidas a la fecha del presente informe; en el caso de los documentos incorporados como referencia, son válidos a la fecha de dicho documento. Todas las proyecciones escritas y orales atribuibles a nuestra empresa o a cualquier persona que nos represente, están calificadas por las declaraciones preventivas de la presente sección y de la sección “Factores de riesgo” incluida en el informe anual del Formulario 10-K. No asumimos ninguna obligación de actualizar o publicar cualquier modificación realizada a las proyecciones para reflejar eventos, circunstancias o cambios en las expectativas que se produzcan con posterioridad a la fecha del presente informe.

Informe de la gerencia sobre el control interno de los informes financieros

La gerencia de Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias son responsables de establecer y mantener un adecuado control interno de los informes financieros (Control interno), tal como se define en las Normas 13a-15(f), conforme a la Ley de Valores de 1934, con las enmiendas correspondientes. Control interno fue diseñado con el objeto de ofrecer un grado razonable de seguridad a nuestro directorio y gerencia respecto de la confiabilidad de los informes financieros y de la preparación y presentación razonable de los estados contables publicados.

Todos los sistemas de control interno, independientemente de lo bien diseñados que estén, tienen limitaciones intrínsecas, como la posibilidad de que se produzcan errores humanos y de que se pasen por alto o se eliminen los controles. Por consiguiente, aun los sistemas eficaces pueden ofrecer sólo un grado razonable de seguridad con respecto a la confiabilidad de los informes financieros y a la preparación y presentación de los estados contables. Además, debido a los cambios en las condiciones, la eficacia puede variar con el transcurso del tiempo.

La gerencia, con la participación del CEO y del Director Financiero Principal, evaluó la eficacia de nuestro Control interno al 2 de febrero de 2007. Al hacerlo, se utilizaron los criterios establecidos por el “Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission” (COSO, Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway) en Control interno - Marco integrado. Sobre la base de la evaluación de la gerencia, sacamos en conclusión que, al 2 de febrero de 2007, nuestro Control interno es eficaz.

Deloitte & Touche, LLP, la firma de contadores públicos independientes que auditó los estados contables incluidos en este informe, emitió un informe de certificación sobre la evaluación del Control interno por parte de nuestra empresa. Este informe figura en la página 27.

Informe de los contadores públicos independientes registrados

Al directorio y los accionistas de Lowe's Companies, Inc.
Mooreville, Carolina del Norte

Hemos auditado los balances consolidados de Lowe's Companies Inc. y sus subsidiarias (la "Empresa") al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006, y los correspondientes estados de resultados consolidados, de evolución del patrimonio neto y flujos de fondos para cada uno de los tres periodos fiscales del período finalizado el 2 de febrero de 2007. Dichos estados contables son responsabilidad de la gerencia de la Empresa. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre dichos estados contables sobre la base de las auditorías que efectuamos.

Las auditorías fueron practicadas de acuerdo con las normas de la "Public Company Accounting Oversight Board" (Junta de Supervisión Contable de Sociedades que Cotizan en Bolsa) (Estados Unidos). Dichas normas requieren que planifiquemos y efectuemos la auditoría para obtener un grado razonable de seguridad de que los estados contables estén exentos de errores significativos. Una auditoría comprende el examen, sobre la base de pruebas selectivas, de evidencias que respaldan los importes y las informaciones expuestas en los estados contables. Una auditoría también comprende una evaluación de los principios contables utilizados y de las estimaciones significativas hechas por la gerencia, así como una evaluación de la presentación general de los estados contables. Consideramos que las auditorías efectuadas constituyen una base razonable para fundamentar nuestra opinión.

Según nuestra opinión, dichos estados contables consolidados reflejan razonablemente, en todos los aspectos significativos, la situación patrimonial de la Empresa al 2 febrero de 2007 y al 3 de febrero de 2006, y los resultados de las operaciones y los flujos de fondos de los tres periodos fiscales del período finalizado el 2 febrero de 2007 de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos.

Hemos auditado también, de acuerdo con las normas de la "Public Company Accounting Oversight Board" (Estados Unidos), la eficacia del control interno de los informes financieros de la Empresa al 2 de febrero de 2007, según los criterios establecidos en Control interno - Marco integrado emitido por el "Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission", y en nuestro informe con fecha 3 de abril de 2007 expresamos una opinión sin salvedades sobre la evaluación que realizó la gerencia en cuanto a la eficacia del control interno de la Empresa con respecto a los informes financieros y una opinión sin salvedades relacionada con la eficacia del control interno de la Empresa sobre los informes financieros.

Deloitte & Touche LLP

Charlotte, Carolina del Norte
3 de abril de 2007

Informe de los contadores públicos independientes registrados

Al directorio y los accionistas de Lowe's Companies, Inc.
Mooreville, Carolina del Norte

Hemos auditado la evaluación de la gerencia, incluida en el Informe de la gerencia sobre el control interno de los informes financieros que figura en la página 26, que indica que Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias (la "Empresa") mantuvieron un control interno eficaz de los informes financieros al 2 de febrero de 2007, según los criterios establecidos en Control interno - Marco integrado emitido por el "Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission". La gerencia de la Empresa es responsable de mantener un control interno eficaz de los informes financieros y de evaluar la eficacia de dicho control. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre la evaluación de la gerencia y una opinión sobre la eficacia del control interno de los informes financieros de la Empresa sobre la base de la auditoría que efectuamos.

Las auditorías fueron practicadas de acuerdo con las normas de la "Public Company Accounting Oversight Board" (Estados Unidos). Dichas normas requieren que planifiquemos y efectuemos la auditoría para obtener un grado razonable de seguridad de que se realizó un control interno eficaz de los informes financieros en todos los aspectos significativos. Nuestra auditoría incluyó la comprensión del control interno de los informes financieros, el análisis de la evaluación de la gerencia, la prueba y la evaluación del diseño y de la eficacia operativa del control interno y la realización de otros procedimientos que consideramos necesarios dadas las circunstancias. Consideramos que las auditorías efectuadas proporcionan una base razonable para fundamentar nuestra opinión.

El control interno de los informes financieros de una empresa es un proceso diseñado o supervisado por los principales ejecutivos y funcionarios financieros de la empresa, o por personas que desempeñan funciones similares; dicho control es llevado a cabo por el directorio, la gerencia y otros empleados para ofrecer un grado razonable de seguridad sobre la confiabilidad de los informes financieros y de la preparación de los estados contables con fines de publicación de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados. El control interno de los informes financieros de una empresa incluye las políticas y los procedimientos que (1) conciernen al mantenimiento de los registros que, en un grado razonable de detalle, reflejan con exactitud las transacciones y ventas de los activos de la empresa; (2) proporcionan un grado razonable de seguridad de que las transacciones son registradas de la manera requerida para permitir la preparación de los estados contables de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados y de que los ingresos y egresos de fondos se realizan sólo de acuerdo con la autorización de la gerencia y del directorio de la empresa y (3) proporcionan un grado razonable de

seguridad con respecto a la prevención o detección oportuna de la adquisición, el uso o la venta no autorizados de los activos de la empresa, lo cual podría tener un efecto significativo en los estados contables.

Debido a las limitaciones inherentes al control interno de los informes financieros (incluso la posibilidad de que se pasen por alto o se eliminen los controles), es posible que las declaraciones erróneas significativas causadas por errores o fraudes no se prevengan o detecten oportunamente. Además, las proyecciones de cualquier evaluación de la eficacia del control interno de los informes financieros para periodos futuros están sujetas al riesgo de que los controles sean inadecuados debido a cambios en las condiciones o a que el grado de cumplimiento de las políticas o de los procedimientos pueda deteriorarse.

Según nuestra opinión, la evaluación por parte de la gerencia de que la Empresa mantuvo un control interno eficaz de los informes financieros al 2 de febrero de 2007, es presentada razonablemente, en todos los aspectos significativos, sobre la base de los criterios establecidos en Control interno - Marco integrado emitido por el "Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission". También, según nuestra opinión, la Empresa mantuvo, en todos los aspectos significativos, un control interno eficaz de los informes financieros al 2 de febrero de 2007, sobre la base de los criterios establecidos en Control interno - Marco integrado emitido por el "Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission".

Hemos auditado también, de acuerdo con las normas de la "Public Company Accounting Oversight Board" (Estados Unidos), los estados contables consolidados de la Empresa para el período fiscal finalizado el 2 de febrero de 2007, y en nuestro informe con fecha 3 de abril de 2007, expresamos una opinión sin salvedades sobre dichos estados contables.

Deloitte & Touche LLP

Charlotte, Carolina del Norte
3 de abril de 2007

Lowé's Companies, Inc.

Estados de resultados consolidados

| (En millones, excepto los datos por acción y porcentajes) | 2 de febrero | % | 3 de febrero | % | 28 de enero | % |
|---|-----------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| Período fiscal finalizado en | de 2007 | Ventas | de 2006 | Ventas | de 2005 | Ventas |
| Ventas netas (Nota 1) | \$46 927 | 100% | \$ 43 243 | 100% | \$ 36 464 | 100% |
| Costo de ventas (Notas 1 y 15) | 30 729 | 65,48 | 28 453 | 65,80 | 24 224 | 66,44 |
| Margen bruto | 16 198 | 34,52 | 14 790 | 34,20 | 12 240 | 33,56 |
| Gastos: | | | | | | |
| Gastos de comercialización, generales y administrativos (Notas 1, 4 y 9) | 9738 | 20,75 | 9014 | 20,84 | 7562 | 20,74 |
| Costo de apertura de tiendas (Nota 1) | 146 | 0,31 | 142 | 0,33 | 123 | 0,34 |
| Amortización (Notas 1 y 3) | 1162 | 2,48 | 980 | 2,27 | 859 | 2,35 |
| Interés – neto (Nota 16) | 154 | 0,33 | 158 | 0,37 | 176 | 0,48 |
| Gastos totales | 11 200 | 23,87 | 10 294 | 23,81 | 8720 | 23,91 |
| Ganancias antes de impuestos | 4998 | 10,65 | 4496 | 10,39 | 3520 | 9,65 |
| Provisión de impuesto a las ganancias (Nota 11) | 1893 | 4,03 | 1731 | 4 | 1353 | 3,71 |
| Ganancias netas | \$3105 | 6,62% | \$2765 | 6,39% | \$2167 | 5,94% |
| Ganancias básicas por acción (Nota 12) | \$2,02 | | \$1,78 | | \$1,39 | |
| Ganancias diluidas por acción (Nota 12) | \$1,99 | | \$1,73 | | \$1,35 | |
| Dividendos en efectivo por acción | \$0,18 | | \$0,11 | | \$0,08 | |

Ver notas adjuntas a los estados contables consolidados.

Lowé's Companies, Inc.

Balances consolidados

| (En millones, excepto por los datos de valor nominal y porcentajes) | 2 de febrero de 2007 | % Total | 3 de febrero de 2006 | % Total |
|--|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|
| Activo | | | | |
| Activo corriente: | | | | |
| Efectivo y equivalentes (Nota 1) | \$364 | 1,3% | \$423 | 1,7% |
| Inversiones a corto plazo (Notas 1 y 2) | 432 | 1,6 | 453 | 1,8 |
| Inventario de mercaderías – neto (Nota 1) | 7144 | 25,7 | 6635 | 27 |
| Impuestos a las ganancias diferidos – neto (Nota 11) | 161 | 0,6 | 155 | 0,6 |
| Otros activos corrientes | 213 | 0,8 | 122 | 0,5 |
| Total activos corrientes | 8314 | 30 | 7788 | 31,6 |
| Bienes de uso (propiedades), menos amortización acumulada (Notas 3 y 4) | 18 971 | 68,3 | 16 354 | 66,4 |
| Inversiones a largo plazo (Notas 1 y 2) | 165 | 0,6 | 294 | 1,2 |
| Otros activos (Notas 1 y 4) | 317 | 1,1 | 203 | 0,8 |
| Activos totales | \$27 767 | 100% | \$24 639 | 100% |
| Pasivo y patrimonio neto | | | | |
| Pasivo corriente: | | | | |
| Préstamos a corto plazo (Nota 5) | \$23 | 0,1% | \$– | –% |
| Vencimientos corrientes de deuda a largo plazo (Nota 6) | 88 | 0,3 | 32 | 0,1 |
| Cuentas por pagar | 3524 | 12,7 | 2832 | 11,6 |
| Sueldos y jornales devengados | 372 | 1,3 | 424 | 1,7 |
| Pasivo de autoseguro (Nota 1) | 650 | 2,4 | 571 | 2,3 |
| Ingresos diferidos (Nota 1) | 731 | 2,6 | 709 | 2,9 |
| Otros pasivos corrientes (Notas 1 y 4) | 1151 | 4,1 | 1264 | 5,1 |
| Pasivo corriente total | 6539 | 23,5 | 5832 | 23,7 |
| Deuda a largo plazo, no se incluyen los vencimientos corrientes (Notas 6, 7 y 13) | 4325 | 15,6 | 3499 | 14,2 |
| Impuestos a las ganancias diferidos – neto (Nota 11) | 735 | 2,7 | 735 | 3 |
| Otro pasivo a largo plazo (Nota 1) | 443 | 1,6 | 277 | 1,1 |
| Pasivo total | 12 042 | 43,4 | 10 343 | 42 |
| Compromisos y contingencias (Nota 14) | | | | |
| Patrimonio neto (Nota 8): | | | | |
| Acciones preferidas – \$5 valor nominal, no emitidas | – | – | – | – |
| Acciones ordinarias – \$0,50 valor nominal; | | | | |
| Acciones emitidas y en circulación | | | | |
| 2 de febrero de 2007 | 1525 | | | |
| 3 de febrero de 2006 | 1568 | 762 | 784 | 3,2 |
| Excedente de capital sobre el valor nominal | 102 | 0,4 | 1320 | 5,3 |
| Resultados acumulados | 14 860 | 53,5 | 12 191 | 49,5 |
| Otras ganancias integrales acumuladas (Nota 1) | 1 | – | 1 | – |
| Patrimonio neto total | 15 725 | 56,6 | 14 296 | 58 |
| Total pasivo y patrimonio neto | \$27 767 | 100% | \$24 639 | 100% |

Ver notas adjuntas a los estados contables consolidados.

Lowé's Companies, Inc.

Estados de evolución del patrimonio neto consolidados

| (En millones) | Acciones ordinarias | | Excedente de capital de valor nominal | Resultados acumulados | Otras ganancias integrales acumuladas | Patrimonio neto total |
|---|---------------------|--------------|---------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| | Acciones | Cantidad | | | | |
| Saldo al 30 de enero de 2004 | 1574,7 | \$787 | \$1854 | \$7546 | \$1 | \$10 188 |
| Ganancias integrales (Nota 1): | | | | | | |
| Ganancias netas | | | | 2167 | | |
| Pérdidas netas por inversiones no realizadas | | | | | (1) | |
| Ganancias integrales totales | | | | | | 2166 |
| Efecto impositivo de las opciones de compra de acciones ejercidas sin tratamiento impositivo preferencial | | | 33 | | | 33 |
| Dividendos en efectivo | | | | (116) | | (116) |
| Pagos basados en acciones (Nota 9) | | | 70 | | | 70 |
| Recompra de acciones ordinarias (Nota 8) | (36,9) | (18) | (982) | | | (1000) |
| Conversión de deuda en acciones ordinarias (Nota 6) | 0,3 | | 6 | | | 6 |
| Opciones de compra de acciones ejercidas por los empleados y otras (Nota 9) | | 6,7 | 3 | 87 | | 90 |
| Programa de compra de acciones por parte de los empleados (Nota 9) | 2,7 | 2 | 59 | | | 61 |
| Saldo al 28 de enero de 2005 | 1547,5 | \$774 | \$1127 | \$9597 | \$- | \$11 498 |
| Ganancias integrales (Nota 1): | | | | | | |
| Ganancias netas | | | | 2765 | | |
| Conversión a moneda extranjera | | | | | 1 | |
| Ganancias integrales totales | | | | | | 2766 |
| Efecto impositivo de las opciones de compra de acciones ejercidas sin tratamiento impositivo preferencial | | | 59 | | | 59 |
| Dividendos en efectivo | | | | (171) | | (171) |
| Pagos basados en acciones (Nota 9) | | | 76 | | | 76 |
| Recompra de acciones ordinarias (Nota 8) | (25) | (12) | (762) | | | (774) |
| Conversión de deuda en acciones ordinarias (Nota 6) | 27,6 | 14 | 551 | | | 565 |
| Opciones de compra de acciones ejercidas por los empleados y otras (Nota 9) | 15,6 | 7 | 205 | | | 212 |
| Programa de compra de acciones por parte de los empleados (Nota 9) | 2,5 | 1 | 64 | | | 65 |
| Saldo al 3 de febrero de 2006 | 1568,2 | \$784 | \$1320 | \$12 191 | \$1 | \$14 296 |
| Ganancias integrales (Nota 1): | | | | | | |
| Ganancias netas | | | | 3105 | | |
| Conversión a moneda extranjera | | | | | (2) | |
| Ganancias netas por inversiones no realizadas (Nota 2) | | | | | 2 | |
| Ganancias integrales totales | | | | | | 3105 |
| Efecto impositivo de las opciones de compra de acciones ejercidas sin tratamiento impositivo preferencial | | | 21 | | | 21 |
| Dividendos en efectivo | | | | (276) | | (276) |
| Pagos basados en acciones (Nota 9) | | | 59 | | | 59 |
| Recompra de acciones ordinarias (Nota 8) | (56,8) | (28) | (1549) | (160) | | (1737) |
| Conversión de deuda en acciones ordinarias (Nota 6) | 3,9 | 2 | 80 | | | 82 |
| Opciones de compra de acciones ejercidas por los empleados y otras (Nota 9) | 6,6 | 3 | 96 | | | 99 |
| Programa de compra de acciones por parte de los empleados (Nota 9) | 2,9 | 1 | 75 | | | 76 |
| Saldo al 2 de febrero de 2007 | 1524,8 | \$762 | \$102 | \$14 860 | \$1 | \$15 725 |

Ver notas adjuntas a los estados contables consolidados.

Lowé's Companies, Inc.

Estados de origen y aplicación de fondos consolidados

| (En millones) | 2 de febrero | 3 de febrero | 28 de enero |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Período fiscal finalizado en | de 2007 | de 2006 | de 2005 |
| Flujos de fondos de actividades operativas: | | | |
| Ganancias netas | \$3105 | \$2765 | \$2167 |
| Ajustes para conciliar las ganancias con el efectivo neto generado por actividades operativas: | | | |
| Depreciación y amortización | 1237 | 1051 | 926 |
| Impuestos a las ganancias diferidos | (6) | (37) | 102 |
| Pérdida por venta/desvalorización de activo fijo y otros | 23 | 31 | 55 |
| Pagos basados en acciones | 62 | 76 | 70 |
| Variaciones en los activos y pasivos operativos: | | | |
| Inventario de mercaderías – neto | (509) | (785) | (1358) |
| Otros activos operativos | (135) | (38) | 156 |
| Cuentas por pagar | 692 | 137 | 483 |
| Otros pasivos operativos | 33 | 642 | 472 |
| Efectivo neto generado por actividades operativas | 4502 | 3842 | 3073 |
| Flujos de fondos generados por actividades de inversión: | | | |
| Compras de inversiones a corto plazo | (284) | (1829) | (1180) |
| Producto por la venta/el vencimiento de inversiones a corto plazo | 572 | 1802 | 1799 |
| Compras de inversiones a largo plazo | (558) | (354) | (156) |
| Producto por la venta/el vencimiento de inversiones a largo plazo | 415 | 55 | 28 |
| Aumento de otros activos a largo plazo | (16) | (30) | (12) |
| Adquisiciones de activos fijos | (3916) | (3379) | (2927) |
| Producto por la venta de activos fijos y otros activos a largo plazo | 72 | 61 | 86 |
| Efectivo neto utilizado en actividades de inversión | (3715) | (3674) | (2362) |
| Flujos de fondos generados por actividades financieras: | | | |
| Incremento neto de los préstamos a corto plazo | 23 | – | – |
| Producto de la emisión de deuda a largo plazo | 989 | 1013 | – |
| Pago de la deuda a largo plazo | (33) | (633) | (82) |
| Producto de la emisión de acciones ordinarias del programa de compra de acciones por parte de los empleados | 76 | 65 | 61 |
| Producto de la emisión de acciones ordinarias de las opciones de compra de acciones ejercidas | 100 | 225 | 90 |
| Pagos de dividendos en efectivo | (276) | (171) | (116) |
| Recompra de acciones ordinarias | (1737) | (774) | (1000) |
| Exceso de beneficios impositivos de los pagos basados en acciones | 12 | – | – |
| Efectivo neto utilizado en actividades financieras | (846) | (275) | (1047) |
| Disminución neta de efectivo y equivalentes | (59) | (107) | (336) |
| Efectivo y equivalentes, comienzos del ejercicio | 423 | 530 | 866 |
| Efectivo y equivalentes, al cierre del ejercicio | \$364 | \$423 | \$530 |

Ver notas adjuntas a los estados contables consolidados.

Notas a los estados contables consolidados

EJERCICIOS FINALIZADOS EL 2 DE FEBRERO DE 2007, 3 DE FEBRERO DE 2006 Y 28 DE ENERO DE 2005

Nota 1 RESUMEN DE NORMAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS

Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias (la Empresa) es la segunda empresa minorista más grande en el segmento de mejoras del hogar y operaba 1385 tiendas en 49 estados al 2 de febrero de 2007 continuación, figuran las normas contables que la Empresa considera significativas.

Período fiscal: El período fiscal de la Empresa finaliza el último viernes del mes de enero. Los períodos fiscales finalizados el 2 de febrero de 2007 y el 28 de enero de 2005 comprendieron 52 semanas. El período fiscal que finalizó el 3 de febrero de 2006 comprendió 53 semanas. Todas las referencias hechas aquí a los ejercicios 2006, 2005 y 2004 representan los períodos fiscales finalizados el 2 de febrero de 2007, el 3 de febrero de 2006 y el 28 de enero de 2005, respectivamente.

División de acciones: El directorio de la Empresa aprobó una división de sus acciones ordinarias en 2 por 1 el 25 de mayo de 2006. El 30 de julio de 2006, los accionistas recibieron una acción ordinaria adicional por cada acción ordinaria que tuvieran desde el 16 de junio de 2006. El valor nominal de las acciones ordinarias de la Empresa se mantuvo en \$0,50 por acción. El valor nominal de las acciones adicionales emitidas para efectuar la división de acciones ascendió a \$384 millones y se reclasificó de "excedente de capital sobre el valor nominal" a "acciones ordinarias en el balance consolidado de la Empresa". Todas las acciones ordinarias y los valores por acciones ordinarias de períodos anteriores a los que se hace referencia aquí, han sido ajustados para que reflejen la división de acciones de 2 por 1.

Principios de consolidación: Los estados contables consolidados incluyen las cuentas de la Empresa y sus subsidiarias operativas, todas de propiedad de la Empresa o controladas por ésta. Se eliminaron todas las cuentas y transacciones entre empresas.

Uso de estimaciones: La preparación de los estados contables de la Empresa de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos requiere que la gerencia realice estimaciones que afectan los montos informados de activos, pasivos, ventas, gastos e información relacionada con los activos y pasivos contingentes. La Empresa basa estas estimaciones en los resultados históricos y en diversas presunciones que considera razonables, todo lo cual constituye las bases para hacer estimaciones sobre los valores contables de los activos y pasivos que no se hallan fácilmente disponibles de otras fuentes. Los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones.

Efectivo y equivalentes: Efectivo y equivalentes incluye el dinero en efectivo, los depósitos a la vista y las inversiones a corto plazo con un vencimiento original de tres meses o un período menor en el momento de la compra. La mayoría de los pagos adeudados por las entidades financieras para la liquidación de transacciones con tarjetas de crédito y débito se procesan en el plazo de dos días hábiles y, por consiguiente, se clasifican como efectivo y equivalentes.

Inversiones: La Empresa tiene un programa de administración de efectivo que establece la inversión de saldos en efectivo que no se espera que sean utilizados para operaciones corrientes en instrumentos financieros con vencimientos de hasta 10 años. Los títulos exigibles a tasa variable y los títulos a tasa de subasta, que tienen fechas de vencimiento establecidas de hasta 30 años, satisfacen este requisito de vencimiento impuesto por el programa de administración de efectivo, debido a que la fecha de vencimiento de estas inversiones se determina según la fecha en que se vuelve a fijar la tasa de interés con el propósito de aplicar estos criterios.

Las inversiones (a excepción del equivalente de efectivo) con una fecha de vencimiento establecida en un año o un período menor a partir de la fecha del balance, o las inversiones de las cuales se espera que sean utilizadas en las operaciones corrientes, son clasificadas como inversiones a corto plazo. Todas las otras inversiones son a largo plazo. Las inversiones consisten principalmente en certificados de depósito, depósitos a plazo, títulos públicos extranjeros en dólares estadounidenses, acciones preferidas del mercado monetario, obligaciones municipales, títulos de representación, títulos y bonos privados, títulos a tasa de subasta y fondos de inversión del mercado monetario. También se clasifican como inversiones los saldos indisponibles prendados en garantía para la carta de crédito del programa de extensión de garantías de la Empresa y para cubrir los pasivos conforme al programa de seguros de daños patrimoniales y de ventas e instalación.

La Empresa ha clasificado todos los títulos de inversión como disponibles para la venta y están expresados en su valor actual de mercado. Las ganancias y pérdidas no realizadas sobre dichos títulos están incluidas dentro del patrimonio neto en la línea "otras ganancias integrales acumuladas".

Inventario de mercaderías: El inventario está expresado según el costo o valor de mercado, el que resulte menor, utilizando el método de contabilización de inventario primero en entrar, primero en salir. El costo de inventario incluye también ciertos costos relacionados con la preparación del inventario para los costos del centro de reventa y distribución netos de los fondos de los proveedores.

La Empresa contabiliza una reserva de inventario por la pérdida relacionada con la venta de existencias discontinuadas a un precio menor que el costo. Esta reserva se basa en el conocimiento actual de la gerencia respecto de los niveles de inventario, las tendencias de las ventas y la experiencia histórica. La gerencia no considera que los inventarios de mercaderías de la Empresa estén sujetos a un riesgo de obsolescencia significativo en el futuro cercano y tiene la capacidad de ajustar las prácticas de compra según las tendencias de venta anticipadas las condiciones económicas generales. Sin embargo, los cambios en los modelos de compra de los consumidores pueden tener como consecuencia la necesidad de constituir reservas adicionales. La Empresa también contabiliza una reserva de inventario por la disminución calculada en las existencias físicas. Esta reserva se basa principalmente en los resultados reales de las disminuciones respecto de las existencias físicas anteriores. De la misma manera, es posible que sea necesario realizar variaciones en la reserva calculada por disminución, según los resultados de las existencias físicas. La gerencia considera que tiene suficiente conocimiento actual e histórico para registrar estimaciones razonables para ambas reservas de inventario.

Instrumentos financieros derivados: La Empresa utiliza ocasionalmente instrumentos financieros derivados para administrar ciertos riesgos comerciales. Sin embargo, los montos no fueron significativos para los estados contables consolidados en ninguno de los años presentados. La Empresa no utiliza instrumentos financieros derivados con fines comerciales.

Cuentas por cobrar: La mayoría de las cuentas por cobrar de la Empresa surgen de las ventas de bienes y servicios a los clientes comerciales. En mayo de 2004, la Empresa celebró un acuerdo con General Electric y sus subsidiarias (GE) para vender su cartera de cuentas comerciales por cobrar a GE. Durante la vigencia del acuerdo, que finaliza el 31 de diciembre de 2009 (a menos que fuera rescindido de forma anticipada por las partes), GE también compra a valor nominal otras cuentas comerciales de la Empresa y las administra. La Empresa contabiliza las transferencias de las cuentas por cobrar como ventas. Cuando la Empresa vende sus cuentas comerciales por cobrar, retiene parte de los intereses sobre dichos créditos, incluso los fondos para constituir una reserva por incobrables y su obligación relacionada con la administración por parte de GE de las cuentas por cobrar vendidas. Cualquier ganancia o pérdida por dicha venta se determina según los montos contables anteriores de los activos transferidos asignados a valor de mercado entre las cuentas por cobrar vendidas y los intereses retenidos. El valor de mercado se basa en el valor actual de los flujos de fondos futuros esperados, teniendo en cuenta las presunciones clave de los préstamos incobrables previstos, las tasas de pago, las tasas por comisiones pagadas fuera de término, los costos de administración de las cuentas por parte de GE y la tasa de descuento proporcional a la incertidumbre involucrada. Debido a que las cuentas por cobrar vendidas son a corto plazo, los cambios en las presunciones clave no tendrían un impacto significativo en la ganancia o pérdida registrada sobre las ventas de las cuentas por cobrar o el valor de mercado de los intereses retenidos en dichas cuentas.

Las cuentas comerciales por cobrar vendidas a GE totalizaron \$1,8 millardos en 2006, \$1,7 millardos en 2005 y \$1,2 millardos en 2004. Durante 2006, 2005 y 2004, la Empresa contabilizó pérdidas por \$35 millones, \$41 millones y \$34 millones, respectivamente, por dichas ventas en concepto de gastos de comercialización, generales y administrativos, que se relacionan principalmente con el valor de mercado de las obligaciones en las que se incurrió en relación con los costos de administración de dichas cuentas remitidos mensualmente a GE. Al 3 de febrero de 2006 y 2 de febrero de 2007, el valor de mercado de los intereses retenidos no era significativo y se determinaba según el valor actual de los flujos de fondos futuros esperados.

Las ventas generadas por las tarjetas de crédito privadas de la Empresa no se ven reflejadas en las cuentas por cobrar. Conforme a un acuerdo con GE, esta empresa extiende directamente el crédito a los clientes. Todos los servicios relacionados con el programa de crédito son provistos y controlados directamente por GE. La Empresa tiene la opción, aunque no la obligación, de comprar las cuentas por cobrar en el momento de la extinción del acuerdo en diciembre de 2016. Los costos de licitación, incluidos los montos asociados con la aceptación de las tarjetas de crédito privadas de la Empresa, se registran en gastos de comercialización, generales y administrativos, en los estados contables consolidados.

La cartera total de cuentas por cobrar mantenida por GE, que incluye tanto las cuentas por cobrar originadas por GE de las tarjetas de crédito privadas de la Empresa como las cuentas comerciales por cobrar originadas por la Empresa y vendidas a GE, alcanzó aproximadamente \$6 millardos al 2 de febrero de 2007 y \$5 millardos al 3 de febrero de 2006.

Bienes de uso (propiedades) y amortización: Los bienes de uso se registran al costo. Los costos relacionados con las principales incorporaciones son capitalizados y amortizados. Se espera que los bienes de capital rindan beneficios futuros y tengan vidas útiles que excedan un año. El costo total de un bien de capital generalmente incluye todos los impuestos aplicables sobre la venta, los costos de entrega, los costos de instalación y otros costos correspondientes en los que incurrió la Empresa en el caso de los bienes de construcción propia. En el momento de la venta, el costo de las propiedades y de la amortización acumulada correspondiente es eliminado de las cuentas; y las ganancias y pérdidas se reflejan en los estados de resultados consolidados dentro del rubro "gastos de comercialización, generales y administrativos".

La amortización se basa en las vidas útiles calculadas de los bienes amortizables. La amortización de los bienes se computa siguiendo el método de la línea recta. Las mejoras en inmuebles de terceros son amortizadas a lo largo de las vidas útiles calculadas o del plazo del arrendamiento relacionado, el que resulte menor, que puede incluir uno o más períodos de renovación opcionales, donde la falta de ejercicio de dichas opciones daría como resultado una sanción pecuniaria por un monto tal que dicha renovación parecería, al comienzo del arrendamiento, estar razonablemente garantizada. Durante la vigencia del arrendamiento, si se realiza una inversión adicional sustancial en la instalación arrendada, la Empresa reevalúa la definición del plazo de arrendamiento para determinar si la inversión y las sanciones relacionadas con la falta de renovación constituyen una sanción pecuniaria por un monto tal que dicha renovación parezca, en el momento del revalúo, estar razonablemente garantizada.

Bienes de larga duración/Cierre de tiendas: Las pérdidas relacionadas con la desvalorización de los bienes de larga duración son contabilizadas cuando las circunstancias indican que los valores contables de los activos pueden no ser recuperables. Cuando la gerencia se compromete a cerrar o trasladar una tienda, o cuando existen indicadores de que el valor contable de un bien de larga duración puede no ser recuperable, la Empresa evalúa dicho valor contable con relación a sus flujos de fondos futuros no descontados esperados. Si el valor contable del bien es mayor que los flujos de fondos no descontados esperados, y su valor de mercado es menor que el valor contable, se constituye una previsión por desvalorización de los activos según el excedente del valor contable sobre el valor de mercado. El valor de mercado de los activos generalmente se basa en las estimaciones y en la experiencia histórica de la Empresa.

Cuando se cierra una instalación arrendada, se constituye una reserva por el valor actual de las obligaciones de arrendamiento futuras, incluso el impuesto a la propiedad, los servicios públicos y el mantenimiento del área común, netos de las ganancias de subarrendamiento anticipadas. Las reservas por desvalorización y costos de cierre de las tiendas están incluidas en los gastos de comercialización, generales y administrativos. El pasivo relacionado con el cierre de las tiendas se incluye dentro de los balances consolidados en la línea "Otros pasivos corrientes".

Arrendamientos: Para los contratos de arrendamiento que establecen pagos de alquiler crecientes o períodos de ocupación libres de pago, la Empresa contabiliza los gastos de alquiler según el método de la línea recta a lo largo del plazo no cancelable del arrendamiento y períodos de renovación de opciones, donde la falta de ejercicio de dichas opciones daría por resultado una sanción pecuniaria por un monto tal que la renovación parecería, al comienzo del arrendamiento, estar razonablemente garantizada. El plazo de arrendamiento comienza en la fecha que la Empresa toma posesión física de la propiedad o la controla. El alquiler diferido está incluido en los balances consolidados, dentro del rubro "pasivo a largo plazo".

Los bienes bajo la modalidad de arrendamientos de capital son amortizados según la política de amortización usual de la Empresa para los bienes que son de su propiedad o, si fuera menor, a lo largo del plazo no cancelable del arrendamiento y cualquier período de renovación de la opción, en donde la falta de ejercicio de dicha opción daría por resultado una sanción pecuniaria por un monto tal que dicha renovación parecería, al comienzo del arrendamiento, estar razonablemente garantizada. La amortización de los activos se incluye dentro de los estados contables consolidados en la línea "gastos de amortización". Durante la vigencia del arrendamiento, si se realiza una inversión adicional sustancial en una instalación arrendada, la Empresa reevalúa la definición del plazo de arrendamiento.

Autoseguro: La Empresa está autoasegurada contra ciertas pérdidas relacionadas con accidentes de trabajo, automóviles, inmuebles y reclamaciones por responsabilidad general y del producto. La Empresa tiene la cobertura "stop-loss" (detención de pérdida) para limitar la exposición que surge de estas reclamaciones. La Empresa está también autoasegurada contra ciertas pérdidas relacionadas con reclamaciones médicas y dentales. Las reclamaciones de autoseguro presentadas y las reclamaciones por siniestros ocurridos pero no informados son devengadas, sobre la base de las estimaciones de la gerencia del costo final descontado de las reclamaciones por siniestros ocurridos no asegurados utilizando presunciones actuariales seguidas en la industria del seguro y la experiencia histórica. Si bien la gerencia considera que tiene la capacidad de registrar adecuadamente las pérdidas relacionadas con las reclamaciones, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados.

Impuestos a las ganancias: La Empresa establece activos y pasivos del impuesto a las ganancias diferido para las diferencias temporarias entre las bases de contabilización impositiva y financiera de los activos y pasivos. Los efectos impositivos de dichas diferencias están reflejados en el balance según las tasas impositivas establecidas que se espera que estén en vigor en el momento en que se revierten las diferencias. Se registra una reserva de valuación a fin de reducir los montos contables de activos impositivos diferidos si es posible que todos los activos, o una parte de ellos, no se realicen. Los saldos impositivos y los gastos de impuesto a las ganancias contabilizados por la Empresa se basan en lo que la gerencia considera como interpretaciones razonables de las leyes impositivas de múltiples jurisdicciones.

La Empresa incluye intereses relacionados con la emisión de impuestos como parte de los intereses netos de los estados contables consolidados. La Empresa registra sanciones aplicables relacionadas con la emisión de impuestos dentro de la provisión de impuesto a las ganancias.

Contabilización de ingresos: La Empresa reconoce los ingresos, netos del impuesto sobre la venta, cuando se realizan las transacciones de venta y los clientes toman posesión de las mercaderías. Se constituye una reserva por la devolución anticipada de las mercaderías mediante una reducción de las ventas y del costo de ventas en el período en que se registran las ventas relacionadas. Los ingresos por los servicios de instalación de productos se contabilizan cuando se concluye la instalación. Los ingresos diferidos relacionados con los montos recibidos por los cuales los clientes aún no han tomado posesión de las mercaderías, o por los cuales aún no se ha concluido la instalación, alcanzaron \$364 millones y \$377 millones al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006, respectivamente.

Los ingresos por tarjetas prepagas recargables, como tarjetas de regalo y créditos por mercaderías devueltas, son diferidos y contabilizados cuando se canjean las tarjetas. El pasivo relacionado con las tarjetas prepagas recargables en circulación alcanzó \$367 millones y \$293 millones al 2 de febrero de 2007 y al 3 de febrero de 2006, respectivamente, y dichos montos están incluidos dentro de los balances consolidados que se acompañan en el rubro "ingresos diferidos". La Empresa contabiliza las ganancias derivadas de las tarjetas prepagas recargables no canjeadas en el momento en el que el canje se hace inalcanzable. Las tarjetas prepagas recargables de la Empresa no tienen vencimiento. Por lo tanto, para determinar cuándo un canje es inalcanzable, la Empresa analiza la antigüedad de las tarjetas no canjeadas, según la fecha en que se usó por última vez la tarjeta prepaga recargable.

Extensión de garantías: Lowe's vende contratos de extensión de garantías con precios separados conforme al programa para el cual la Empresa está autoasegurada. La Empresa contabiliza los ingresos de las ventas de extensión de garantías de acuerdo con el método de la línea recta a lo largo de la vigencia del contrato. El plazo de los contratos de extensión de garantía oscila entre uno y cuatro años a partir de la fecha de la compra y la fecha de finalización de la garantía del fabricante, en caso de que corresponda. Los ingresos diferidos relacionados con las ventas de extensión

de la garantía alcanzaron \$315 millones y \$206 millones al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006, respectivamente. Los ingresos diferidos por extensión de la garantía de la Empresa se incluyen dentro en los balances consolidados que se acompañan en el rubro "Otro pasivo a largo plazo". Las modificaciones en los ingresos diferidos por contratos de extensión de garantía se resumen de la siguiente manera:

| (En millones) | 2006 | 2005 |
|---|-------|-------|
| Ingresos diferidos por extensión de la garantía, comienzo del período | \$206 | \$86 |
| Adiciones a los ingresos diferidos | 148 | 130 |
| Ingresos diferidos contabilizados | (39) | (10) |
| Ingresos diferidos por extensión de la garantía, fin del período | \$315 | \$206 |

Los costos incrementales de adquisición directa relacionados con la venta de extensión de garantías son también diferidos y contabilizados como gastos de acuerdo con el método de la línea recta a lo largo de la vigencia del contrato respectivo. Los costos diferidos asociados con contratos de garantía extendida fueron de \$81 millones y \$54 millones al 2 de febrero de 2007 y al 3 de febrero de 2006, respectivamente. Los costos diferidos por extensión de la garantía de la Empresa se incluyen dentro de los balances consolidados que se acompañan en el rubro "Otros activos (no corrientes)". Los costos restantes, como los servicios prestados conforme al contrato, los gastos generales y administrativos y los de publicidad son cargados a resultados cuando se incurre en ellos.

Los pasivos diferidos de la Empresa por reclamaciones por falta de pago de extensión de garantías en que se incurrió se incluyen en los balances consolidados que se acompañan en el rubro "Pasivos de autoseguro". La disminución en el pasivo por extensión de la garantía con relación a los pagos realizados conforme a la extensión de garantías fue de \$16 millones, y el aumento en el pasivo por devengamientos relacionados con garantías preexistentes fue de \$17 millones en 2006. La disminución en el pasivo por extensión de la garantía con relación a los pagos realizados conforme a la extensión de garantías y las variaciones totales en el pasivo por devengamientos relacionados con garantías preexistentes no fueron significativas durante el 2005, debido a que el programa está aún en la etapa inicial.

Costo de ventas y gastos de comercialización, generales y administrativos:

A continuación se enumeran los costos principales, clasificados por categorías:

Costo de ventas

- Costo total de los productos vendidos, entre ellos:
 - Costos de compras, netos de los fondos de los proveedores.
 - Gastos de flete relacionados con el traslado de las mercaderías, existencias de proveedores a tiendas minoristas.
 - Costos relacionados con la operación de la red de distribución de la Empresa, incluso los costos salariales y de beneficios y los de ocupación.
- Costos de los servicios prestados.
- Costos relacionados con las entregas de los proveedores a los clientes por parte de terceros.
- Costos relacionados con la disminución y obsolescencia del inventario.

Gastos de comercialización, generales y administrativos

- Costos salariales y de beneficios para los empleados minoristas y corporativos.
- Costos de ocupación de las instalaciones minoristas y corporativas.
- Publicidad.
- Costos relacionados con las entregas de los proveedores a los clientes por parte de terceros.
- Costos de servicios de tiendas por parte de terceros.
- Costos de licitación, incluidos costos bancarios, costos asociados con comisiones de canje de tarjetas de crédito y los montos asociados con la aceptación de las tarjetas de crédito privadas de la Empresa.
- Costos relacionados con los planes de autoseguro y costos de las primas en concepto de cobertura "stop-loss" y planes totalmente asegurados.
- Cargos por desvalorización de bienes de larga duración y ganancias/pérdidas por la venta de activos.
- Otros costos administrativos, como suministros, viáticos y esparcimiento.

Fondos de proveedores: La Empresa recibe fondos de los proveedores en el curso ordinario de las actividades, principalmente como resultado de volúmenes de compra, ventas, pagos adelantados o promociones de los productos de los proveedores. Sobre la base de las cláusulas efectivas en los acuerdos con los proveedores, la gerencia administra tasas de devengamiento de fondos de

proveedores mediante el cálculo del momento en el que la Empresa habrá logrado el cumplimiento del acuerdo y en el que se recibirán los montos. Durante el año, debido a la complejidad y la diversidad de los acuerdos con distintos proveedores, la Empresa analiza y revisa las tendencias históricas para garantizar que los montos obtenidos queden registrados de manera adecuada. Como parte de estos análisis, la Empresa valida las tasas de devengamiento sobre la base de las tendencias reales de compra y aplica dichas tasas a los volúmenes reales de compra para determinar la cantidad de fondos devengados y por cobrar del proveedor. Los montos devengados durante el año pueden resultar afectados si los volúmenes reales de compra difieren de los proyectados, en especial en los casos de los programas que establecen fondos mayores cuando se alcanzan los volúmenes de compra graduados.

Conforme a la Publicación N.º 02-16 (EITF 02-16) de la Fuerza de Trabajo para Asuntos Emergentes (Emerging Issues Task Force), "Contabilización por un cliente (incluso el revendedor) de cierta contraprestación recibida de un proveedor", los fondos del proveedor son tratados como una reducción del costo de inventario, a menos que representen el reembolso de costos incrementales específicos e identificables en los que incurrió el cliente para vender el producto del proveedor. Prácticamente ninguno de los fondos de proveedores que recibe la Empresa satisfacen los criterios incrementales específicos e identificables de la EITF 02-16. Por consiguiente, la Empresa trata la mayoría de estos fondos como una reducción del costo de inventario a medida que se reciben los montos y se contabilizan como una reducción del costo de ventas en el momento en que se venden las existencias. No existe ningún impacto respecto del momento de recepción de los fondos de los proveedores o de los flujos de fondos relacionados.

Publicidad: Los costos relacionados con la publicidad son cargados a operaciones cuando se incurre en ellos. Los gastos de publicidad alcanzaron \$873 millones, \$812 millones, \$740 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Costos de expedición y manipulación: La Empresa incluye en el costo de venta los costos de expedición y manipulación relacionados con la entrega de productos directamente de los proveedores a los clientes por parte de terceros. Los costos de expedición y manipulación, como los gastos salariales y de operaciones de vehículos relacionados con el despacho de los productos a los clientes, están clasificados como gastos de comercialización, generales y administrativos. Los costos de expedición y manipulación incluidos en los gastos de comercialización, generales y administrativos alcanzaron \$310 millones, \$312 millones y \$255 millones durante 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Costos de apertura de tiendas: Los costos de apertura o traslado de tiendas, como los costos salariales y de suministros en los que se incurrió antes de los costos de apertura y de publicidad relacionados con la apertura, son cargados a operaciones en el momento en que se incurre en ellos.

Ganancias integrales: La Empresa informa las ganancias integrales en sus estados consolidados de evolución del patrimonio neto. Las ganancias integrales representan variaciones en el patrimonio neto de fuentes que no sean los propietarios y comprenden principalmente las ganancias netas más o menos las ganancias o pérdidas no realizadas sobre los títulos disponibles para la venta y, en parte, los ajustes por conversión a moneda extranjera. Para el ejercicio finalizado el 2 de febrero de 2007, las pérdidas por conversión a moneda extranjera fueron de aproximadamente \$2 millones, y las ganancias netas de tenencia no realizadas sobre los títulos disponibles para la venta fueron de aproximadamente \$2 millones. Para el ejercicio finalizado el 3 de febrero de 2006, las ganancias por conversión a moneda extranjera fueron de aproximadamente \$1 millón, y las pérdidas de tenencia no realizadas sobre los títulos disponibles para la venta no fueron significativas. Por el ejercicio finalizado el 28 de enero de 2005, las pérdidas de tenencia no realizadas correspondientes a los títulos disponibles para la venta totalizaron aproximadamente \$1 millón, y no existieron ajustes por conversión a moneda extranjera. Los ajustes por reclasificación de las ganancias/pérdidas incluidas en las ganancias netas de 2006, 2005 y 2004 tampoco fueron significativos.

Pronunciamientos contables recientes: En julio de 2006, la Junta de Normas Contables y Financieras (FASB) emitió la SFAS N.º 48 (FIN 48), "Contabilización de dudas relacionadas con impuestos a las ganancias, una interpretación a la FASB N.º 109". Esta interpretación clarifica la contabilización de dudas relacionadas con impuestos a las ganancias y prescribe un umbral de reconocimiento y un atributo de medición para el reconocimiento y la medición en el estado contable de la posición impositiva tomada o que se va a tomar en la devolución de impuestos. Esta interpretación también brinda orientación sobre el reconocimiento, la clasificación, intereses y las sanciones, la contabilización en los períodos intermedios, la transición y la exposición. La interpretación es efectiva para los períodos fiscales que comenzaron antes del 15 de diciembre de 2006. La gerencia continúa evaluando el efecto que tendrá la adopción de FIN 48 en los estados contables consolidados de la Empresa.

En septiembre de 2006, la FASB emitió Declaración de Normas Contables y Financieras (SFAS) N.º 157, "Medidas de valor de mercado". La Declaración brinda una sola definición para valor de mercado, junto con un esquema para medirlo, y requiere una exposición adicional sobre el uso del valor de mercado para medir activos y pasivos. La SFAS N.º 157 también enfatiza que el valor de mercado es una medición basada en el mercado, no una medición específica de la entidad y establece una jerarquía de valor de mercado cuya prioridad más alta son los precios cotizados en los mercados activos. De acuerdo con la Declaración, las mediciones de valor de mercado deben exponerse por nivel dentro de esa jerarquía. La Declaración es efectiva para los períodos fiscales que comenzaron después del 15 de noviembre de 2007, y los períodos intermedios de esos períodos fiscales. La Empresa está evaluando actualmente el efecto que la adopción de la SFAS N.º 157 tendrá en los estados contables consolidados.

En febrero de 2007, la FASB emitió la SFAS N.º 159, "Opción de valor de mercado para activos y pasivos financieros". La Declaración brinda a las entidades una opción para medir varios instrumentos financieros y otros elementos según el valor de mercado, incluidos títulos disponibles para la venta y títulos en custodia hasta su vencimiento previamente contabilizados según la SFAS N.º 115, "Contabilización de determinadas inversiones en títulos de deuda y de capital". Según esta Declaración, las ganancias y pérdidas no realizadas en artículos para los que se ha elegido una opción de valor de mercado se contabilizarán como ganancias en cada período de declaración subsiguiente. La Declaración es efectiva para los períodos fiscales que comenzaron después del 15 de noviembre de 2007. La Empresa está evaluando actualmente el efecto que la adopción de la SFAS N.º 159 tendrá en los estados contables consolidados.

Información sobre segmentos: Los segmentos operativos de la Empresa, que representan las tiendas minoristas de mejoras del hogar, se combinan dentro de un segmento que puede informarse según la forma en que la Empresa administra su negocio. Esto se debe al hecho de que las tiendas minoristas de mejoras del hogar de la Empresa venden productos y servicios similares que exhiben características económicas similares, utilizan procesos similares en la venta de productos y servicios, y venden sus productos y servicios a clases similares de clientes.

Reclasificaciones: Ciertos montos de períodos anteriores han sido reclasificados para ajustarse a las clasificaciones actuales.

Nota 2 INVERSIONES

Los títulos de inversiones de la Empresa se clasifican como disponibles para la venta. Los costos amortizados, las ganancias y las pérdidas por tenencia brutas no realizadas y los valores de mercado de las inversiones al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006 eran los siguientes:

| Valor (En millones) | 2 de febrero de 2007 | | | |
|---|----------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| | Costo amortizado | Ganancias no realizadas brutas | Pérdidas no realizadas brutas | Denominación de mercado |
| Obligaciones municipales | \$258 | \$- | \$(1) | \$257 |
| Acciones preferidas del mercado monetario | 148 | - | - | 148 |
| Títulos privados | 26 | - | - | 26 |
| Certificados de depósito | 1 | - | - | 1 |
| Clasificadas como de corto plazo | 433 | - | (1) | 432 |
| Obligaciones municipales | 127 | - | - | 127 |
| Fondos comunes de inversión | 35 | 3 | - | 38 |
| Clasificados como de largo plazo | 162 | 3 | - | 165 |
| Total | \$595 | \$3 | \$(1) | \$597 |

| Valor(en millones) | 3 de febrero de 2006 | | | |
|---|----------------------|--------------------------------|-------------------------------|------------------|
| | Costo amortizado | Ganancias brutas no realizadas | Pérdidas brutas no realizadas | Valor de mercado |
| Obligaciones municipales | \$295 | \$- | \$(1) | \$294 |
| Acciones preferidas del mercado monetario | 157 | - | - | 157 |
| Títulos privados | 2 | - | - | 2 |
| Clasificadas como de corto plazo | 454 | - | (1) | 453 |
| Obligaciones municipales | 223 | - | (1) | 222 |
| Títulos privados | 32 | - | - | 32 |
| Fondos comunes de inversión | 23 | 2 | - | 25 |
| Obligaciones respaldadas por activos | 14 | - | - | 14 |
| Certificados de depósito | 1 | - | - | 1 |
| Clasificados como de largo plazo | 293 | 2 | (1) | 294 |
| Total | \$747 | \$2 | \$(2) | \$747 |

El producto de la venta de títulos disponibles alcanzó \$412 millones, \$192 millones y \$165 millones para 2006, 2004 y 2003, respectivamente. Las ganancias y las pérdidas brutas realizadas sobre la venta de títulos disponibles para la venta no fueron significativas para ninguno de los períodos presentados. Las obligaciones municipales clasificadas como de largo plazo al 2 de febrero de 2007, vencen en el plazo de 1 y 30 años, sobre la base de las fechas de vencimiento establecidas.

Las inversiones corrientes y no corrientes incluyen los saldos indisponibles preñados en garantía de una carta de crédito correspondiente al programa de extensión de créditos y de una porción de los pasivos del programa de seguro de daños patrimoniales de la Empresa. Los saldos indisponibles incluidos en inversiones corrientes totalizaron \$248 millones al 2 de febrero de 2007 y \$152 millones al 3 de febrero de 2006. Al 2 de febrero de 2006, los saldos indisponibles incluidos en las inversiones a largo plazo alcanzaron \$32 millones al 2 de febrero de 2007 y \$74 millones al 3 de febrero de 2006.

Nota 3 BIENES DE USO (PROPIEDADES) Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA

Los bienes de uso (propiedades) se resumen por categorías en la siguiente tabla:

| (En millones) | Vidas útiles de bienes amortizables, en años | 2 de febrero | 3 de febrero |
|---|--|--------------|--------------|
| | | de 2007 | de 2006 |
| Costo: | | | |
| Terreno | N/D | \$5496 | \$4894 |
| Edificios | 10-40 | 9655 | 8204 |
| Equipo | 3-15 | 7477 | 6468 |
| Mejoras en inmuebles de terceros* | 3-40 | 2476 | 1853 |
| Costo total | | 25 104 | 21 419 |
| Acumulado | | (6133) | (5065) |
| Bienes de uso (propiedades), menos amortización acumulada | | \$18 971 | \$16 354 |

Incluidos en propiedades netas están los activos de la modalidad de arrendamiento de capital por \$533 millones, menos la amortización acumulada de \$274 millones al 2 de febrero de 2007 y \$534 millones, menos la amortización acumulada por \$248 millones al 3 de febrero de 2006.

Nota 4 DESVALORIZACIÓN Y COSTOS DE CIERRE DE TIENDAS

La Empresa analiza periódicamente el valor contable de los bienes de larga duración para determinar si existen desvalorizaciones potenciales. Los cargos por desvalorización se incluyen en los gastos de comercialización, generales y administrativos. Los gastos por desvalorización alcanzaron \$5 millones, \$16 millones, \$31 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

El valor contable neto de las tiendas trasladadas, de las tiendas cerradas y de otros excedentes de propiedades está incluido en otros activos (no corrientes) y totalizaron \$113 millones y \$63 millones al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006, respectivamente.

Cuando se cierran las instalaciones arrendadas, se contabiliza un pasivo por el valor de mercado de las futuras obligaciones contractuales, incluso el impuesto a la propiedad, los servicios públicos y el mantenimiento del área común, netos de las ganancias de subarrendamiento anticipadas. El cargo por los costos de cierre de tiendas se incluye en los gastos de comercialización, generales y administrativos. El pasivo relacionado con el cierre de las tiendas, que se incluye dentro de los balances consolidados en el rubro "Otros pasivos corrientes", alcanzó \$19 millones y \$23 millones al 2 de febrero de 2007 y 3 de enero de 2006, respectivamente.

Nota 5 PRÉSTAMOS A CORTO PLAZO Y LÍNEAS DE CRÉDITO

La Empresa tiene un préstamo principal por \$1 millardo con vigencia desde julio de 2004 y vencimiento en julio de 2009. Se dispone de esta facilidad para respaldar el programa de papeles de comercio de \$1 millardo de la Empresa y para préstamos directos. Los montos de los préstamos se fijan sobre la base de las condiciones de mercado en el momento en que se proveen los fondos de acuerdo con las condiciones del préstamo principal. La facilidad del préstamo principal contiene ciertas cláusulas restrictivas, como el mantenimiento de un índice financiero específico, según lo definido por la facilidad. La empresa se hallaba en cumplimiento de dichas cláusulas al 2 de febrero de 2007 y al 3 de febrero de 2006. Quince entidades bancarias están participando en la facilidad del préstamo principal por \$1 millardo. Al 3 de febrero de 2007, teníamos \$23 millones pendientes de pago conforme a la facilidad del préstamo principal, pero no teníamos préstamos pendientes conforme al programa de papeles de comercio. La tasa de interés sobre préstamos de corto plazo fue del 5,4%. Al 3 de febrero de 2006, no existían préstamos pendientes en virtud de la facilidad del préstamo principal o de nuestro programa de papeles de comercio.

Cinco bancos extendieron líneas de crédito por un total de \$486 millones a fin de emitir cartas de crédito documentarias y cartas de crédito contingentes. Estas líneas no tienen fecha de vencimiento y son analizadas periódicamente. Las comisiones de compromiso de 0,225% a 0,50% anuales son pagadas sobre los montos pendientes de las cartas de crédito. Las cartas de crédito pendientes totalizaron \$346 millones al 2 de febrero de 2007 y \$316 millones al 3 de febrero de 2006.

Nota 6 DEUDA A LARGO PLAZO

| (En millones) Categoría de deuda | Tasas de interés | Período fiscal de vencimiento final | 2 de febrero de 2007 | 3 de febrero de 2006 |
|--|------------------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Deuda garantizada:¹ | | | | |
| Títulos hipotecarios | 6,57 a 8,25% | 2028 | \$30 | \$38 |
| Deuda no garantizada: | | | | |
| Debentures | 6,82 a 6,88% | 2029 | 693 | 693 |
| Títulos | 8,25% | 2010 | 498 | 498 |
| Títulos a mediano plazo – serie A | 7,35 a 8,20% | 2023 | 27 | 27 |
| Títulos a mediano plazo – serie B ² | 6,70 a 7,61% | 2037 | 267 | 267 |
| Títulos principales | 5 a 5,80% | 2036 | 1980 | 988 |
| Títulos convertibles | 0,86 a 2,50% | 2021 | 518 | 596 |
| Arrendamientos de capital y otros | | 2030 | 400 | 424 |
| Deuda a largo plazo | | | 4413 | 3531 |
| Menos vencimientos corrientes | | | 88 | 32 |
| Deuda a largo plazo, no se incluyen los vencimientos corrientes | | | \$4325 | \$3499 |

1. Los inmuebles con un valor contable total de \$122 millones fueron prendados en garantía de la deuda al 2 de febrero de 2007.

2. Aproximadamente el 37% de estos títulos a mediano plazo puede ser vendido a opción del tenedor ya sea en el décimo o vigésimo aniversario de la emisión a valor nominal. Los títulos a mediano plazo se emitieron en 1997. Ninguno de estos títulos tiene, actualmente, opción de venta.

Los vencimientos de la deuda (excepto los descuentos de emisiones originales no amortizadas, los arrendamientos de capital y otros) para los siguientes cinco ejercicios y con posterioridad son los siguientes: 2007, \$61 millones; 2008, \$7 millones; 2009, \$1 millón; 2010, \$501 millones, 2011, \$1 millón; con posterioridad, \$3,6 millardos.

Los debentures, títulos principales, títulos a mediano plazo, títulos principales y títulos convertibles de la Empresa contienen ciertas cláusulas restrictivas. La Empresa cumplía con todas las cláusulas de estos acuerdos al 3 de febrero de 2006 y 2 febrero de 2007.

Títulos principales

En octubre de 2005, la Empresa emitió títulos principales no garantizados por \$1 millardo, que comprendían dos tramos de \$500 millones con vencimiento en octubre de 2015 y octubre de 2035, respectivamente. El primer tramo de \$500 millones de títulos principales del 5% fue vendido con un descuento de \$4 millones. El segundo tramo de \$500 millones de títulos principales del 5,5% fue vendido con un descuento de \$8 millones. Los intereses sobre los títulos principales son pagaderos por semestre vencido en abril y octubre hasta su vencimiento. El descuento relacionado con la emisión se incluye en la deuda a largo plazo y es amortizado a lo largo de los plazos respectivos de los títulos principales. Los costos de emisión alcanzaron aproximadamente \$1 millón y son amortizados a lo largo de los plazos respectivos de los títulos principales. Parte del producto neto de \$988 millones se utilizó para el pago de los \$600 millones correspondientes a los títulos pendientes con vencimiento en diciembre de 2005. El resto será utilizado para fines corporativos generales y para financiar las recompras de acciones ordinarias.

En octubre de 2006, la empresa emitió títulos principales no garantizados por \$1 millardo, que comprendían dos tramos: \$550 millones del 5,4% de títulos principales no garantizados con vencimiento en octubre de 2016 y \$450 del 5,8% de títulos principales no garantizados con vencimiento en octubre de 2036. El 5,4% y el 5,8% de títulos principales fueron emitidos con un descuento de aproximadamente \$4,4 millones. El interés sobre los títulos principales son pagaderos por semestre vencido en abril y octubre de cada año hasta su vencimiento, desde abril de 2007. El descuento asociado con la emisión se incluye en la deuda a largo plazo y se amortiza en los términos respectivos de los títulos principales. Los costos de emisión alcanzaron aproximadamente \$1,6 millones y son amortizados a lo largo de los plazos respectivos de los títulos principales. Parte del producto neto de \$991 millones se utilizó para fines corporativos generales, incluidos gastos de capital y necesidades de capital de trabajo y para financiar las recompras de acciones ordinarias.

Los títulos principales emitidos en 2005 y 2006 podrán ser rescatados por la Empresa en cualquier momento, en todo o en parte, al precio de rescate más los intereses devengados a la fecha de rescate. El precio de rescate es equivalente (1) al 100% del monto de capital de los títulos principales por ser rescatados o (2) a la suma de los valores actuales de los pagos pendientes programados de capital e intereses, descontados semianualmente a la fecha de rescate a una tasa específica, lo que resulte mayor. El instrumento formal que rige los títulos principales no limita el monto de capital total de los títulos de deuda que la Empresa puede emitir; tampoco se requiere que la Empresa mantenga coeficientes financieros o niveles especificados de patrimonio o liquidez. Sin embargo, el instrumento formal contiene cláusulas restrictivas, ninguna de las cuales se espera que afecte la liquidez o los recursos de capital de la Empresa.

Títulos convertibles

La Empresa tiene un monto total de capital de \$578,8 millones en títulos convertibles principales emitidos en octubre de 2001 a un precio de emisión de \$861,03 por título. Los pagos de intereses en efectivo sobre los títulos se suspenderán en octubre de 2006. En octubre de 2021, cuando venzan los títulos, los tenedores recibirán \$1000 por título, lo que representa un rendimiento de aproximadamente 1% al vencimiento. Los tenedores de los títulos tenían el derecho de requerir que la Empresa compre todos los títulos o una porción de ellos en octubre de 2003 y octubre de 2006, a un precio de \$861,03 por título más los intereses en efectivo devengados, si existen, y en octubre de 2011, tendrán el derecho de requerir que la Empresa compre todos los títulos o una porción de ellos al precio de \$905,06 por título. La Empresa puede optar por pagar el precio de compra de los títulos en efectivo o en acciones ordinarias, o una combinación de ambos. Los tenedores de un número reducido de títulos ejercieron su derecho de requerir que la Empresa recompre sus títulos durante 2003 y 2006, todos los cuales fueron comprados en efectivo. La Empresa puede rescatar en efectivo todos los títulos o una porción de ellos en cualquier momento, a un precio equivalente a la suma del precio de emisión más el descuento de la emisión original devengada a la fecha del rescate.

Los tenedores de los títulos convertibles principales pueden convertir sus títulos en 34 424 acciones ordinarias de la Empresa sólo si: el precio de venta de las acciones ordinarias de la Empresa alcanza los umbrales especificados, o la calificación crediticia de los títulos está por debajo de un nivel especificado, o se requiere el rescate de los títulos o se han efectuado transacciones específicas que representan un cambio en el control. El índice de conversión de 34 424 acciones por título sólo se ajusta sobre la base de las disposiciones habituales antidilución creadas para proteger el valor de la opción de conversión.

Los precios de cierre de las acciones de la Empresa alcanzaron el umbral especificado, de manera tal que los títulos convertibles principales se hicieron convertibles (a voluntad de los tenedores) en acciones ordinarias durante trimestres específicos de 2006. Los tenedores de un número reducido de títulos convertibles principales ejercieron su derecho de convertir los títulos en acciones ordinarias de la Empresa en 2006 y 2005. Durante el cuarto trimestre de 2006, los precios de cierre de las acciones de la Empresa alcanzaron nuevamente el umbral especificado, de manera tal que los títulos convertibles principales son convertibles (a voluntad de los tenedores) en acciones ordinarias durante el primer trimestre de 2007.

La Empresa tiene un monto total de capital de \$37,7 millones en títulos convertibles principales emitidos en octubre de 2001 a un precio de emisión de \$608,41 por título. No se pagarán intereses sobre los títulos antes del vencimiento en febrero de 2021, en cuyo momento los tenedores recibirán \$1000 por título, lo que representa un rendimiento del 2,5%. En febrero de 2004, los tenedores de los títulos tenían el derecho de requerir que la Empresa compre todos los títulos o una porción de ellos a un precio de \$655,49 por título, y en febrero de 2011, tendrán el derecho de requerir que la Empresa compre todos los títulos o una porción de ellos al precio de \$780,01 por título. La Empresa puede optar por pagar el precio de compra de los títulos en efectivo o en acciones ordinarias, o una combinación de ambos. Los tenedores de un número reducido de títulos ejercieron su derecho de requerir que la Empresa compre sus títulos durante 2004, todos los cuales fueron comprados en efectivo.

En cualquier momento hasta la fecha de vencimiento o con anterioridad a ella, los tenedores de títulos convertibles emitidos en febrero de 2001 pueden convertir sus títulos (a menos que hayan sido anteriormente comprados o rescatados) en 32 896 acciones ordinarias de la Empresa por título. El índice de conversión de 32 896 acciones por título sólo se ajusta sobre la base de las disposiciones habituales antidilución creadas para proteger el valor de la opción de conversión. Durante 2006, los tenedores de títulos convertibles de la Empresa por un monto de capital de \$118 millones y un valor contable de \$80 millones y emitidos en febrero de 2001 ejercieron su derecho de convertir los títulos en 3,9 millones de acciones ordinarias de la Empresa a 32 896 acciones por título. Durante 2005, los tenedores de títulos convertibles de la Empresa por un monto de capital de \$839 millones y un valor contable de \$565 millones y emitidos en febrero de 2001 ejercieron su derecho de convertir los títulos en 27,6 millones de acciones ordinarias de la Empresa.

Con la emisión de cada una de las series de títulos convertibles anteriormente descritas, la Empresa evalúa las opciones incorporadas en los títulos y concluimos que no requieren ninguna derivación de los contratos principales ni contabilidad separada como instrumentos derivados.

Nota 7 INSTRUMENTOS FINANCIEROS

El efectivo y equivalentes, las cuentas por cobrar, los préstamos a corto plazo, las cuentas por pagar comerciales y los pasivos devengados están reflejados en los estados contables al costo, el cual se aproxima al valor de mercado debido a su naturaleza de corto plazo. Las inversiones a corto y a largo plazo clasificadas como títulos disponibles para la venta, como los saldos indisponibles, están reflejadas en los estados contables a su valor de mercado. Los valores de mercado calculados para la deuda a largo plazo se determinaron utilizando la información de mercado disponible y las metodologías de valuación correspondientes. Sin embargo, se requiere un criterio considerable para interpretar los datos del mercado a fin de hacer estimaciones acerca del valor de mercado. En consecuencia, las estimaciones presentadas aquí no son necesariamente indicativas de los montos que la Empresa podría realizar en un mercado de cambio actual. El uso de las distintas presunciones de mercado o metodologías de estimación podría tener un efecto significativo en el valor de mercado calculado. El valor de mercado de la deuda a largo plazo de la Empresa, sin incluir los arrendamientos de capital y otros, es el siguiente:

| (En millones) | 2 de febrero de 2007 | | 3 de febrero de 2006 | |
|---|----------------------|------------------|----------------------|------------------|
| | Valor contable | Valor de mercado | Valor contable | Valor de mercado |
| Pasivo: | | | | |
| Deuda a largo plazo (sin arrendamientos de capital y otros) | \$4013 | \$4301 | \$3107 | \$3578 |

Las tasas de interés actualmente disponibles para la Empresa para la emisión de deuda con condiciones y vencimientos pendientes similares se utilizan para calcular los valores de mercado de las emisiones de deuda que no están cotizadas en el mercado de cambio.

Nota 8 PATRIMONIO NETO

Las acciones ordinarias autorizadas alcanzaron 5,6 millardos (\$0,5 valor nominal) al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006.

La Empresa tiene cinco millones de acciones preferidas autorizadas (\$5 valor nominal), ninguna de las cuales ha sido emitida. El Directorio podrá emitir acciones preferidas (sin intervención de los accionistas) en una o más series, con los derechos de voto, dividendos y preferencias de liquidación y condiciones de conversión y otros derechos que pudieran ser designados por el Directorio en el momento de la emisión.

En enero de 2005, el Directorio autorizó recompras de acciones de hasta \$1 millardo hasta el año 2006. En enero y agosto de 2006, el Directorio autorizó hasta \$1 y \$2 millardos adicionales para la recompra de acciones hasta el año 2007 y 2008, respectivamente. Este programa se implementa por medio de compras realizadas ocasionalmente, ya sea en el mercado abierto o por medio de transacciones privadas. Las acciones adquiridas en virtud del programa de recompra de acciones son retiradas y recuperan la condición de acciones autorizadas y no emitidas. Durante 2005, la Empresa recompró 25 millones de acciones a un costo total de \$774 millones. Durante 2006, la Empresa recompró 56,8 millones de acciones a un costo total de \$1,7 millones (de los cuales \$160 millones se contabilizaron como una reducción en los resultados acumulados en el tercer trimestre después de que el excedente de capital sobre el valor nominal se agotó). Al 2 de febrero de 2007, la autorización total restante alcanzó \$1,5 millardos en virtud del programa de recompra de acciones.

Nota 9 CONTABILIZACIÓN DE PAGOS BASADOS EN ACCIONES

A partir del 1 de febrero de 2003, la Empresa adoptó las disposiciones de contabilización del valor de mercado establecidas en la Declaración de Normas Contables y Financieras (SFAS N.º 123, "Contabilización de remuneraciones basadas en acciones", de forma prospectiva. Antes de eso, la Empresa estaba aplicando las disposiciones de contabilización del valor de mercado establecidas en la SFAS N.º 123, "Contabilización de remuneraciones basadas en acciones". Según el método de transición prospectivo de la SFAS N.º 123(R), el costo de remuneración reconocido en el año finalizó el 2 de febrero de 2007 e incluyó: (a) el costo de remuneración prorrateada para todos los pagos basados en acciones que se otorgaron con anterioridad al 4 de febrero de 2006, pero aún no se consolidaron, basado en el cálculo del valor de mercado a la fecha de otorgamiento, según las disposiciones originales de la SFAS N.º 123, y (b) el costo de remuneración prorrateada para todos los pagos basados en acciones que se otorgaron al 4 de febrero de 2006 o posterior a esa fecha, basado en el cálculo del valor de mercado del incentivo a la fecha de otorgamiento, según las disposiciones originales de la SFAS N.º 123. Según el método de transición prospectiva modificada de la SFAS N.º 123(R), los resultados de períodos anteriores no se han vuelto a expresar. Para todos los otorgamientos, el monto de los pagos basados en acciones reconocidos se han ajustado a las pérdidas calculadas de incentivos para los cuales no se espera que se suministre el período de pago. Los índices de las pérdidas calculadas se desarrollan sobre la base de los análisis de datos de pérdidas históricas de la Empresa para grupos de personal homogéneos. Antes de la adopción de las disposiciones de reconocimiento del valor de mercado de la SFAS N.º 123, se ajustó el monto de los pagos basados en acciones a las pérdidas reales a medida que se produjeron. Esta transición dio como resultado un ajuste de efecto acumulativo antes de impuestos de \$10 millones desde el 4 de febrero de 2006. El ajuste de efecto acumulativo se presentó como una reducción de los pagos basados en acciones en el primer trimestre de 2006.

La Empresa reconoció los pagos basados en acciones en los gastos de comercialización, generales y administrativos sobre los estados de resultados consolidados por un total de \$62 millones, \$76 millones y \$70 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente. El beneficio total del impuesto a las ganancias reconocido fue de \$18 millones, \$19 millones y \$16 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

El total de los pagos basados en acciones no reconocidos para todos los planes de pago basados en acciones fue de \$103 millones al 2 de febrero de 2007, de los cuales \$51 se reconocerán en 2007, \$34 millones en 2008 y \$18 millones con posterioridad. Esto da como resultado que estos montos sean reconocidos en un período promedio ponderado de 1,2 años.

Antes de la adopción de la SFAS N.º 123(R), la Empresa presentó todos los beneficios impositivos de deducciones del uso de opciones de compra de acciones como flujos de fondos operativos en los estados de origen y aplicación de fondos consolidados. La SFAS N.º 123(R) requiere que los flujos de fondos que resulten de los beneficios impositivos de deducciones en exceso del costo de remuneración reconocido para esas opciones (exceso de beneficios impositivos) se clasifiquen como flujos de fondos financieros. Según el método de transición prospectiva modificada de la SFAS N.º 123(R), los estados de origen y aplicación de fondos consolidados de períodos anteriores no se han vuelto a expresar para reflejar esta modificación.

Como la Empresa adoptó las disposiciones de contabilización del valor de mercado establecidas en la SFAS N.º 123 de manera prospectiva para todos los incentivos de personal otorgados o modificados después del 31 de enero de 2003, los pagos basados en acciones incluidos en la determinación de ganancias netas para los ejercicios finalizados el 3 de febrero de 2006 y el 28 de enero de 2005 son menores que aquél que habría sido contabilizado si se hubiera aplicado el método basado en el valor de mercado a todos los incentivos a partir de la fecha efectiva de vigencia original de la SFAS N.º 123. La siguiente tabla ilustra el efecto de las ganancias netas y de las ganancias por acción si se hubiera utilizado el método basado en el valor de mercado para todos los incentivos pendientes y no otorgados en cada período.

| (En millones, excepto los datos por acción) | 2005 | 2004 |
|--|--------|--------|
| Ganancias netas informadas | \$2765 | \$2167 |
| Más: gastos en concepto de pagos basados en las ganancias netas, netos de los efectos impositivos relacionados | 57 | 53 |
| Menos: gastos en concepto de pagos basados en acciones determinado según el para todos los incentivos, netos de los efectos impositivos relacionados | (59) | (95) |
| Ganancias netas pro forma | \$2763 | \$2125 |
| Ganancias por acción: | | |
| Básicas – informadas | \$1,78 | \$1,39 |
| Básicas – pro forma | \$1,78 | \$1,37 |
| Diluidas – informadas | \$1,73 | \$1,35 |
| Diluidas – pro forma | \$1,73 | \$1,32 |

Panorama general de planes de pago basado en acciones

La Empresa tiene (a) cuatro planes de incentivo de patrimonio neto, denominados los Planes de incentivo “2006”, “2001”, “1997” y “1994”, (b) un plan basado en acciones para incentivos de directores que no están en relación de dependencia y (c) un plan de compra de acciones para empleados (ESPP) que permite a los empleados adquirir acciones de la Empresa mediante deducciones salariales. Estos planes contienen disposiciones antidilución no discrecional que se firma para equiparar el valor de un incentivo como resultado de una reestructuración del patrimonio neto. Los incentivos basados en acciones en forma de incentivos y de opciones de compra de acciones sin tratamiento impositivo preferencial, acciones limitadas de rendimiento acelerado (PARS), unidades de acciones diferidas y limitadas pueden otorgarse a empleados clave del plan de 2006. No pueden otorgarse incentivos nuevos a los planes de 2001, 1997 y 1994.

El plan basado en acciones para directores que no están en relación de dependencia se conoce con el nombre de Plan de Unidades de Acciones Diferidas y Opción de Compra de Acciones para Directores (con las enmiendas y modificaciones correspondientes) (Plan de Directores). Antes de la modificación del Plan de Directores en 2005, todos los Directores que no estaban en relación de dependencia recibieron 8000 opciones en la fecha de la primera reunión de Directorio después de cada asamblea anual de accionistas de la Empresa, que tenía lugar el segundo trimestre de cada período fiscal. A partir de la enmienda al Plan de Directores en 2005, todos los Directores que no están en relación de dependencia reciben una cantidad de unidades de acciones diferidas que se determinan a partir de la división del monto del incentivo anual por el valor de mercado de una acción perteneciente a las acciones ordinarias de la Empresa a la fecha del incentivo y con un redondeo de hasta 100 unidades. El monto del incentivo anual utilizado para determinar el número de unidades de acciones diferidas otorgadas para cada director fue de \$115 000 y \$85 000 en 2006 y 2005, respectivamente.

Los incentivos basados en acciones se autorizaron para el otorgamiento a empleados clave y directores que no están en relación de dependencia con un total de hasta 169 millones de acciones ordinarias. Se autorizaron opciones de compra de acciones de hasta 129,2 millones de acciones, mientras que se autorizaron PARS, unidades de acciones diferidas y restringidas, que representan acciones no otorgadas, de hasta 39,8 millones de acciones ordinarias.

Al 2 de febrero de 2007, había 49,8 millones de acciones disponibles para otorgamientos conforme con los planes de 2006 y los Planes de Directores, y no había acciones disponibles conforme con el ESPP.

Términos y métodos generales de valuación para los incentivos basados en acciones de la Empresa son los siguientes:

Opciones de compra de acciones

Dichas opciones de compra de acciones generalmente tienen plazos de siete años, se consolidan un tercio de cada otorgamiento en un período de tres años y se les asigna un precio de ejercicio de opción no menor que el valor de mercado de una acción ordinaria de la Empresa a la fecha del otorgamiento.

El valor de mercado del otorgamiento de cada opción se calcula a la fecha del otorgamiento utilizando el modelo de precios de opciones de Black-Scholes. Al determinar la volatilidad esperada, la Empresa considera el rendimiento histórico de las acciones de la Empresa y también la volatilidad implícita. La tasa de interés libre de riesgo se basa en la curva de rendimiento del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos en vigor a la fecha del otorgamiento, sobre la base del término esperado de las opciones. El término esperado de las opciones se basa en la evaluación por parte de la Empresa de los patrones de ejercicio de los tenedores de opciones y representa el período que se espera que las opciones permanezcan sin ejercer. La Empresa utiliza los datos históricos para calcular el momento y el monto de las pérdidas calculadas. Estas opciones se imputan de acuerdo con el método de la línea recta a lo largo del período de consolidación, que es considerado el período de pago. Las presunciones usadas en el modelo de precios de opciones de Black-Scholes para las opciones otorgadas en los tres años con fecha de finalización el 2 de febrero de 2007, el 3 de febrero de 2006 y el 28 de enero de 2005 son las siguientes:

| | 2006 | 2005 | 2004 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Presunciones utilizadas: | | | |
| Volatilidad esperada | 22,3%–29,4% | 25,8%–34,1% | 31,6%–41,4% |
| Rendimiento de los dividendos del promedio ponderado | 26,8% | 31,4% | 38,3% |
| Rendimiento esperado de los dividendos | 0,27%–0,31% | 0,23%–0,28% | 0,21%–0,23% |
| Rendimiento de los dividendos del promedio ponderado | 0,28% | 0,24% | 0,22% |
| Tasa de interés libre de riesgo | 4,54%–4,97% | 3,76%–4,44% | 2,18%–3,46% |
| Promedio ponderado de la tasa de interés | 4,69% | 3,81% | 2,39% |
| Término esperado, en años | 3–4 | 3–4 | 3–4 |
| Promedio ponderado de la término esperado, en años | 3,57 | 3,22 | 3,27 |

El valor de mercado promedio ponderado por acción de opciones otorgado a la fecha de otorgamiento fue de \$8,86, \$7,81 y \$8,28 para 2006, 2005 y 2004, respectivamente. El valor intrínseco total de las opciones ejercidas, que representa la diferencia entre el precio ejercido y el precio de mercado a la fecha de ejercicio, fue de aproximadamente \$80 millones, \$175 millones y \$76 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Las transacciones relacionadas con las opciones de acciones emitidas en los planes 2006, 2001, 1997 y 1994, y el Plan de Directores para el año que finalizó el 2 de febrero de 2007 se resumen a continuación:

| | Acciones (en miles) | Precio promedio ponderado ejercido por acción | Término promedio ponderado restante en años | Valor intrínseco agregado (en miles) |
|--|------------------------|--|--|---|
| En circulación al 3 de febrero de 2006 | 30 595 | \$22,48 | | |
| Otorgadas | 6691 | 33,65 | | |
| Canceladas, perdidas o vencidas | (1140) | 30,82 | | |
| Ejercidas | (5758) | 17,89 | | |
| En circulación al 2 de febrero de 2007 | 30 388 | 25,51 | 3,72 | \$262 577 |
| Consolidadas y por consolidar al 2 de Febrero de 2007 ⁽¹⁾ | 29 235 | 25,24 | 3,64 | \$260 641 |
| A ejercer al 2 de Febrero de 2007 | 19 438 | \$22,06 | 2,70 | \$234 952 |

(2) Incluye opciones consolidadas en circulación y opciones no consolidadas en circulación después de aplicar la tasa de pérdida.

Incentivos de acciones limitadas de rendimiento acelerado (PARS)

Las PARS se evalúan según el precio de mercado de una acción ordinaria de la Empresa a la fecha de otorgamiento. En general, estos incentivos se consolidan al final del período de pago de cinco años desde la fecha de otorgamiento, a menos que se obtengan objetivos de aceleración del rendimiento, en cuyo caso, los incentivos se consolidan al 50% después de tres años o al 100% después de cuatro años. Los objetivos de aceleración del rendimiento están basados en el retorno deseado de la Empresa sobre activos que no requieren efectivo inicial, tal como se define en el acuerdo PARS. Las PARS son cargadas a resultados de acuerdo con el método de la línea recta sobre la fecha de otorgamiento explícita relacionada con la condición del sistema o la fecha de otorgamiento implícita relacionada con las condiciones de rendimiento, sobre la base de la probabilidad de cumplir las condiciones. La Empresa utiliza los datos históricos para calcular el momento y el monto de las pérdidas calculadas. El valor de mercado promedio ponderado por acción de PARS otorgadas fue de \$34,10 y \$29,24 en 2006 y 2005, respectivamente. No se otorgaron PARS en 2004. El valor total de mercado de PARS otorgado fue de aproximadamente \$1 millón en 2005. No se otorgaron PARS en 2006 ni 2004.

Las transacciones relacionadas con las PARS emitidas en los planes 2006, 2001, 1997 y 1994 para el año que finalizó el 2 de febrero de 2007 se resumen a continuación:

| | Acciones | Valor de mercado promedio ponderado por acción |
|--|-----------|---|
| No consolidado al 3 de febrero de 2006 | 595 830 | \$29,25 |
| Otorgadas | 893 160 | 34,10 |
| Canceladas o perdidas | (50 410) | 32,05 |
| No consolidado al 2 de febrero de 2007 | 1 438 580 | \$32,17 |

Incentivos de acciones limitadas

Los incentivos de acciones limitadas se evalúan según el precio de mercado de una acción ordinaria de la Empresa a la fecha de otorgamiento. En general estos incentivos se consolidan al final de un período de tres años desde la fecha de otorgamiento y se cargan a resultados de acuerdo con el método de la línea recta de ese período, que se considera el período de pago. La Empresa utiliza los datos históricos para calcular el momento y el monto de las pérdidas calculadas. El valor de mercado promedio ponderado por acción de incentivos de acciones limitadas otorgado fue de \$27,34, \$32,30 y \$28,38 para 2006, 2005 y 2004, respectivamente. El valor total de mercado de los incentivos de acciones limitadas consolidado fue de aproximadamente \$4 millones en 2005. No se otorgaron incentivos de acciones limitadas en 2006 ó 2004.

Las transacciones relacionadas con los incentivos de acciones limitadas emitidas en los planes 2006, 2001, 1997 y 1994 para el año que finalizó el 2 de febrero de 2007 se resumen a continuación:

| | Acciones | Valor de mercado promedio ponderado a la fecha de otorgamiento por acción |
|--|-----------|---|
| No consolidado al 3 de febrero de 2006 | 1 765 312 | \$31,17 |
| Otorgadas | 206 886 | 27,34 |
| Canceladas o perdidas | (84 616) | 30,80 |
| No consolidado al 2 de febrero de 2007 | 1 887 582 | \$30,77 |

Unidades de acciones diferidas

Las unidades de acciones diferidas se evalúan según el precio de mercado de una acción ordinaria de la Empresa a la fecha de otorgamiento. Para los empleados clave, estos incentivos generalmente se consolidan en tres a cinco años, y se imputan de acuerdo con el método de la línea recta a lo largo de dicho período, que es considerado el período de pago. La Empresa utiliza los datos históricos para calcular el momento y el monto de las pérdidas calculadas. Para los directores que no están en relación de dependencia, estos incentivos se consolidan inmediatamente y se imputan en la fecha de otorgamiento. El valor de mercado promedio ponderado por acción diferida otorgado fue de \$31,02 y \$28,58 en 2006 y 2005, respectivamente. No se otorgaron unidades de acciones diferidas en 2004. El valor total de mercado de las unidades de acciones diferidas consolidado fue de aproximadamente \$5 y \$17 millones en 2006 y 2005, respectivamente. No se consolidaron unidades de acciones diferidas en 2004. Había 568 000 unidades de acciones diferidas en circulación al 2 de febrero de 2007.

Las transacciones relacionadas con las unidades de acciones diferidas emitidas en los planes 2006, 2001, 1997 y 1994, y el Plan de Directores para el año que finalizó el 2 de febrero de 2007 se resumen a continuación:

| | Acciones | Valor de mercado promedio ponderado a la fecha de otorgamiento por acción |
|--|-----------|---|
| No consolidado al 3 de febrero de 2006 | 500 000 | \$19,65 |
| Otorgadas | 38 000 | 31,02 |
| Consolidado | (158 000) | 22,38 |
| No consolidado al 2 de febrero de 2007 | 380 000 | \$19,65 |

Plan de compra de acciones para empleados (ESPP)

El precio de compra de acciones del plan ESPP equivale al 85% del precio de cierre a la fecha de la compra. Los pagos basados en acciones de la Empresa equivalen al 15% del precio de cierre a la fecha de la compra. Antes de la adopción de la SFAS N.º 123 (R), el ESPP era considerado una compensación en acciones. Con relación a la implementación de la SFAS N.º 123 (R), el ESPP se reclasificó como una compensación en efectivo. La compensación en efectivo se mide según el valor de mercado a la fecha de informe y el pago basado en acciones se reconoce durante el período de oferta de seis meses. Se autorizaron para este plan 20 millones de acciones con una cantidad restante de 1 268 979 disponibles para el 2 de febrero de 2007. La Empresa emitió 2 916 259 acciones ordinarias conforme con este plan durante el año que finalizó el 2 de febrero de 2007.

Nota 10 PLAN DE JUBILACIÓN DE LOS EMPLEADOS

La Empresa mantiene un plan de jubilaciones con aportes definidos para sus empleados (Plan 401(k)). Los empleados están en condiciones de participar del Plan 401(k) después de haber transcurrido 90 días de empleo continuo. Se permite que los participantes realicen una selección de un grupo de fondos comunes de inversión para definir cómo se invertirán los aportes del empleador y de los empleados. Las acciones ordinarias de la Empresa son también una de las opciones de inversión para los aportes al Plan 401(k). Los participantes tienen derecho de voto en virtud de las acciones de la Empresa incluidas en el Plan 401(k) en representación de los participantes. La Empresa realiza aportes al Plan 401(k) en todos los períodos de liquidación de haberes de acuerdo con una fórmula aplicada a los aportes de los empleados (bonificación base).

Además, la Empresa ofrece una bonificación por rendimiento a los participantes del Plan 401(k) que satisfacen los requisitos necesarios según el incremento de las ganancias antes de impuestos para el ejercicio fiscal. Los participantes del Plan 401(k) deben tener tres o más años de antigüedad y deben continuar desempeñándose como empleados activos el último día del período fiscal para reunir las condiciones necesarias para la bonificación por rendimiento. Los fondos de dicha bonificación son depositados en las cuentas de los participantes en abril del año siguiente. Los aportes de la Empresa al Plan 401(k) se transfieren inmediatamente a las cuentas de los participantes. Una vez que los participantes alcanzan los cincuenta y nueve años y medio de edad, pueden optar por retirar todo su saldo conforme con el Plan 401(k). Existe una opción de distribución en servicio que se ejerce sólo una vez. En casos de extrema necesidad, los participantes pueden retirar y renovar los aportes mientras figuren como empleados activos en la nómina. Además, los participantes con 20 o más años de antigüedad, que tienen un saldo de cuenta trasladable a ejercicios futuros conforme con el Programa de Propiedad Participada (PPP) dentro del Plan 401(k), pueden optar por recibir una distribución única, mientras trabajan en la empresa, equivalente al 50% del saldo de esta cuenta.

La Empresa también mantiene un Plan de Restablecimiento de Beneficios (BRP) para complementar los beneficios del Plan 401(k) para los participantes cuyos beneficios están restringidos como resultado de ciertas cláusulas del Código de Recaudación Fiscal de 1986. Este plan prevé las contribuciones del empleador mediante una bonificación base y una bonificación por rendimiento.

La Empresa también mantiene un programa de remuneraciones diferidas sin tratamiento impositivo preferencial, conocido como Plan de Diferimiento de Fondos de Lowe's. Este plan está diseñado para permitir que algunos empleados difieran alguna porción de su remuneración a fin de atrasar la tributación sobre el monto diferido y sobre las ganancias posteriores hasta tanto se distribuya el saldo. Este plan no establece aportes por parte del empleador.

La Empresa contabilizó gastos relacionados con los aportes a los planes de jubilación de los empleados por \$42 millones, \$136 millones, \$68 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Después de la finalización del año, la Empresa modificó las cláusulas de bonificación base y de bonificación por rendimiento del Plan 401(k). Desde el 5 de mayo de 2007, la Empresa aumentará el valor de bonificación base de 2,25% a un máximo de 4,25%, pero ya no ofrecerá una bonificación por rendimiento. Los participantes del Plan 401(k) podrán reunir las condiciones necesarias para la bonificación base después de 180 días de servicio continuo.

Nota 11 IMPUESTO A LAS GANANCIAS

A continuación, se presenta la conciliación de la tasa efectiva del impuesto con la tasa impositiva federal reglamentaria:

| | 2006 | 2005 | 2004 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Tasa federal reglamentaria de impuesto a las ganancias | 35% | 35% | 35% |
| Impuesto a las ganancias estatal neto de beneficios impositivos federales | 3,3 | 3,6 | 3,5 |
| Pagos basados en acciones | - | 0,1 | 0,2 |
| Otros, neto | (0,4) | (0,2) | (0,2) |
| Tasa efectiva del impuesto | 37,9% | 38,5% | 38,5% |

| Componentes de la provisión de impuesto a las ganancias | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|
| (En millones) | 2006 | 2005 | 2004 |
| Corrientes | | | |
| Federales | \$1657 | \$1514 | \$1077 |
| Estatales | 242 | 254 | 174 |
| Total corriente | 1899 | 1768 | 1251 |
| Diferidos | | | |
| Federales | (11) | (31) | 80 |
| Estatales | 5 | (6) | 22 |
| Total diferido | (6) | (37) | 102 |
| Total provisión de impuesto a las ganancias | \$1893 | \$1731 | \$1353 |

El efecto impositivo de las diferencias temporarias acumuladas que generaron los activos y los pasivos impositivos diferidos al 2 de febrero de 2007 y 3 de febrero de 2006, fue el siguiente:

| 2 de febrero de 2007 | | | |
|--|--------------|----------------|----------------|
| (En millones) | Activo | Pasivo | Total |
| Excedente de costos de propiedades y cierre de tiendas | \$17 | \$- | \$17 |
| Autoseguro | 129 | - | 129 |
| Amortización | - | (837) | (837) |
| Alquiler | 13 | - | 13 |
| Previsión para vacaciones | 8 | - | 8 |
| Reserva para retornos sobre las ventas | 22 | - | 22 |
| Pagos basados en acciones | 59 | - | 59 |
| Otros, neto | 44 | (29) | 15 |
| Total | \$292 | \$(866) | \$(574) |

| 3 de febrero de 2006 | | | |
|--|--------------|----------------|----------------|
| (En millones) | Activo | Pasivo | Total |
| Excedente de costos de propiedades y cierre de tiendas | \$19 | \$- | \$19 |
| Autoseguro | 81 | - | 81 |
| Amortización | - | (804) | (804) |
| Alquiler | 26 | - | 26 |
| Previsión para vacaciones | 6 | - | 6 |
| Reserva para retornos sobre las ventas | 44 | - | 44 |
| Pagos basados en acciones | 40 | - | 40 |
| Otros, neto | 19 | (11) | 8 |
| Total | \$235 | \$(815) | \$(580) |

La Empresa registra una reserva de valuación a fin de reducir los montos contables de activos impositivos diferidos si es posible que todos los activos, o una parte de ellos, no se realicen. Al 2 de febrero de 2007, la Empresa ha registrado una reserva de valuación de \$4 millones.

Los saldos impositivos y los gastos de impuesto a las ganancias contabilizados por la Empresa se basan en lo que la gerencia considera como interpretaciones razonables de las leyes impositivas de múltiples jurisdicciones. Los cargos por impuesto a las ganancias reflejan las mejores estimaciones y las presunciones de la Empresa respecto del nivel de ganancias imponibles futuras y de la interpretación de las actuales leyes impositivas.

La Empresa considera que sus posiciones impositivas son coherentes con las leyes impositivas aplicables y que están respaldadas. Sin embargo, la gerencia considera que es posible que ciertas posiciones sean impugnadas por las autoridades fiscales. Estas impugnaciones comprenden el análisis de las posiciones de liquidación de impuestos de la Empresa, como el momento exacto y el monto de los ingresos y de las deducciones en diversas jurisdicciones fiscales. Al evaluar los pasivos asociados con las distintas posiciones de liquidación de impuestos, la Empresa ha devengado los pasivos probables que resultan de los gravámenes impuestos por parte de las autoridades fiscales. La Empresa registra estas contingencias impositivas para tener en cuenta las exposiciones potenciales que pueden resultar de diversas interpretaciones de leyes, normas y reglamentaciones impositivas. Los montos devengados no fueron significativos para los estados contables consolidados en ninguno de los años presentados.

Durante 2006, la Empresa llegó a un acuerdo con el Internal Revenue Service (IRS) que incluye los años 2002 y 2003. Según este acuerdo, la empresa pagó al IRS aproximadamente \$17 millones, más intereses aplicables.

Nota 12 GANANCIAS POR ACCIÓN

Las ganancias básicas por acción excluyen la dilución y son computadas dividiendo las ganancias netas aplicables entre el número promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación para el período. Las ganancias diluidas por acción se calculan sobre la base del promedio ponderado de acciones ordinarias, ajustadas por el efecto dilutivo potencial de las opciones de compra de acciones y de los títulos convertibles a la fecha del balance. La siguiente tabla concilia las ganancias por acción para 2006, 2005 y 2004:

| (En millones, excepto los datos por acción) | 2006 | 2005 | 2004 |
|--|--------|--------|--------|
| Ganancias básicas por acción: | | | |
| Ganancias netas | \$3105 | \$2765 | \$2167 |
| Promedio ponderado de acciones en circulación | 1535 | 1555 | 1554 |
| Ganancias básicas por acción | \$2,02 | \$1,78 | \$1,39 |
| Ganancias diluidas por acción: | | | |
| Ganancias netas | \$3105 | \$2765 | \$2167 |
| Ajuste de ganancias netas por intereses sobre deuda convertible, neto de impuestos | 4 | 11 | 14 |
| Ganancias netas, con los ajustes correspondientes | \$3109 | \$2776 | \$2181 |
| Promedio ponderado de acciones en circulación | 1535 | 1555 | 1554 |
| Efecto dilutivo de los incentivos basados en acciones | 9 | 10 | 10 |
| Efecto dilutivo de la deuda convertible | 22 | 42 | 53 |
| Promedio ponderado de las acciones, con los ajustes correspondientes | 1566 | 1607 | 1617 |
| Ganancias diluidas por acción | \$1,99 | \$1,73 | \$1,35 |

Las opciones de compra de 6,8 millones, 5,6 millones y 1,2 millones de acciones ordinarias para 2006, 2005 y 2004, respectivamente, se excluyeron del cálculo de ganancias diluidas por acción debido a que el efecto hubiera sido antidilutivo.

Nota 13 ARRENDAMIENTOS

La Empresa arrienda depósitos y terrenos para ciertas instalaciones de tiendas conforme con los acuerdos con plazos originales de, generalmente, 20 años. Para los acuerdos de arrendamiento que establecen pagos en aumento de alquiler o períodos de ocupación libres de pago, la Empresa contabiliza los gastos de alquiler de acuerdo con el método de la línea recta a lo largo del plazo no cancelable de arrendamiento y cualquier período de renovación de la opción, en donde la falta de ejercicio de dicha opción daría por resultado una sanción pecuniaria por un monto tal que dicha renovación parecería, al comienzo del arrendamiento, estar razonablemente garantizada. El plazo del arrendamiento comienza en la fecha en que se cumplen todas las condiciones suspensivas de la obligación de pago del alquiler por parte de la Empresa. Los arrendamientos, generalmente, contienen cláusulas que establecen entre cuatro y seis opciones de renovación de cinco años cada una.

Algunos acuerdos establecen también alquileres contingentes sobre la base del rendimiento de las ventas que exceden los montos mínimos especificados. En 2006, 2005 y 2004, los alquileres contingentes no representaron un monto significativo.

La Empresa también arrienda ciertos equipos conforme con los acuerdos con plazos de entre dos y cinco años. Estos acuerdos, generalmente, contienen opciones de renovación que establecen una renegociación del arrendamiento, a opción de la Empresa, sobre la base del valor de mercado vigente en ese momento.

A continuación, se establecen los pagos de alquileres mínimos futuros, requeridos conforme con los arrendamientos de capital y los arrendamientos operativos con plazos iniciales o remanentes no cancelables que exceden un año:

| (En millones) | Arrendamientos operativos | | Arrendamientos de capital | | Total |
|---|---------------------------|--------|---------------------------|--------|--------|
| | Inmuebles | Equipo | Inmuebles | Equipo | |
| Período Fiscal | | | | | |
| 2007 | \$321 | \$2 | \$61 | \$1 | \$385 |
| 2008 | 322 | 1 | 62 | - | 385 |
| 2009 | 322 | - | 62 | - | 384 |
| 2010 | 321 | - | 62 | - | 383 |
| 2011 | 321 | - | 61 | - | 382 |
| Años posteriores | 3917 | - | 335 | - | 4252 |
| Pagos totales mínimos arrendamiento de capital | \$5524 | \$3 | \$643 | \$1 | \$6171 |
| Pagos totales mínimos de arrendamiento de capital | | | \$644 | | |
| Menos monto de intereses | | | 251 | | |
| Valor actual de los pagos mínimos de arrendamiento | | | 393 | | |
| Menos vencimientos corrientes | | | 27 | | |
| Valor actual de los pagos mínimos de arrendamiento, menos vencimientos corrientes | | | \$366 | | |

Los gastos de alquiler conforme con los arrendamientos operativos para los inmuebles y el equipo alcanzaron \$318 millones, \$301 millones y \$250 millones en 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Nota 14 COMPROMISOS Y CONTINGENCIAS

La Empresa es demandada en procesos legales que se consideran dentro del curso normal de las actividades y se cree que ninguno de ellos, ya sea individual o colectivamente, representa un riesgo de impacto significativo en los estados contables de la Empresa. Al evaluar los pasivos relacionados con los distintos procesos legales, la Empresa ha devengado los pasivos probables relacionados con dichas cuestiones. Los montos devengados no fueron significativos para los estados contables consolidados en ninguno de los años presentados.

Al 2 de febrero de 2007, la Empresa tenía compromisos no cancelables relacionados con la compra de existencias, propiedades y la construcción de edificios, y en parte los relacionados con ciertos programas de informática por \$2,3 millones. Los pagos conforme con estos compromisos están programados de la siguiente manera: 2007, \$1,1 millones; 2008, \$485 millones; 2009, \$349 millones; 2010, \$379 millones; 2011, \$3 millones; con posterioridad, \$12 millones.

Nota 15 TERCEROS RELACIONADOS

El cuñado del Vicepresidente Ejecutivo de Desarrollo de Negocios de la Empresa es un ejecutivo de una empresa proveedora que suministra ventanas y puertas y otros productos para la construcción a la Empresa. En 2006, 2005 y 2004, la Empresa compró a este proveedor productos por \$101 millones, \$84 millones y \$80 millones, respectivamente. Las cuentas por pagar a este proveedor no fueron muy importantes al 2 de febrero de 2007 y al 3 de febrero de 2006.

Nota 16 OTRA INFORMACIÓN

Los intereses pagados netos comprenden:

| (En millones) | 2006 | 2005 | 2004 |
|--------------------------|-------|-------|-------|
| Deuda a largo plazo | \$183 | \$171 | \$159 |
| Arrendamiento de capital | 34 | 39 | 38 |
| Intereses ganados | (52) | (45) | (16) |
| Intereses capitalizados | (32) | (28) | (28) |
| Otros | 21 | 21 | 23 |
| Intereses netos pagados | \$154 | \$158 | \$176 |

Información complementaria sobre el origen y aplicación de los fondos:

| (En millones) | 2006 | 2005 | 2004 |
|---|--------|--------|--------|
| Efectivo pagado en concepto de intereses, neto del monto capitalizado | \$179 | \$173 | \$174 |
| Efectivo pagado por impuesto a las ganancias | \$2031 | \$1593 | \$1192 |

| | | | |
|---|-------|-------|-------|
| Actividades de inversión y actividades financieras no realizadas en efectivo: | | | |
| Adquisiciones de bienes de uso no realizadas en efectivo, incluso bienes adquiridos con arrendamientos de capital | \$159 | \$175 | \$133 |
| Conversión de deuda a largo plazo en acciones | \$82 | \$565 | \$6 |

Lowe's Companies, Inc.

Datos financieros seleccionados (no auditado)

Ventas por categoría de productos:

(En millones de dólares)

| Categoría de productos | 2006 | | 2005 | | 2004 | |
|--------------------------------------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|
| | Ventas totales | % | Ventas totales | % | Ventas totales | % |
| Electrodomésticos | \$4193 | 9% | \$3912 | 9% | \$3165 | 9% |
| Madera | 3690 | 8 | 3689 | 9 | 3305 | 9 |
| Pisos | 3214 | 7 | 2883 | 7 | 2357 | 6 |
| Instalación de ventanas y puertas | 3137 | 7 | 2,935 | 7 | 2428 | 7 |
| Pintura | 3073 | 7 | 2774 | 6 | 2317 | 6 |
| Materiales de construcción | 3002 | 6 | 2756 | 6 | 2230 | 6 |
| Artículos de plomería de moda | 2893 | 6 | 2616 | 6 | 2163 | 6 |
| Iluminación | 2573 | 5 | 2408 | 6 | 2088 | 6 |
| Herramientas | 2563 | 5 | 2428 | 6 | 2138 | 6 |
| Productos para césped y jardín | 2356 | 5 | 2090 | 5 | 1827 | 5 |
| Accesorios | 2296 | 5 | 2121 | 5 | 1785 | 5 |
| Vida en temporada | 2154 | 5 | 1935 | 4 | 1694 | 5 |
| Gabinetes y cubiertas prefabricadas | 1903 | 4 | 1726 | 4 | 1348 | 4 |
| Equipos de maquinaria para el jardín | 1805 | 4 | 1807 | 4 | 1503 | 4 |
| Plomería básica | 1664 | 4 | 1416 | 3 | 1161 | 3 |
| Electricidad básica | 1479 | 3 | 1203 | 3 | 977 | 3 |
| Viveros | 1454 | 3 | 1292 | 3 | 1160 | 3 |
| Entorno del hogar | 1145 | 2 | 1017 | 2 | 835 | 2 |
| Paredes/Ventanas | 1101 | 2 | 1054 | 2 | 908 | 2 |
| Organización del hogar | 1001 | 2 | 946 | 2 | 793 | 2 |
| Otros | 231 | 1 | 235 | 1 | 282 | 1 |
| Totales | \$46 927 | 100% | \$43 243 | 100% | \$36 464 | 100% |

Tiendas Lowe's por estado

(Al 2 de febrero de 2007)

| | | | | | | | | | |
|-------------|----|----------|----|-----------------|----|--------------------|----|---------------------|------|
| Alabama | 34 | Hawaii | 3 | Massachusetts | 16 | Nuevo México | 9 | Dakota del Sur | 3 |
| Alaska | 4 | Idaho | 7 | Michigan | 45 | Nueva York | 43 | Tennessee | 50 |
| Arizona | 23 | Illinois | 34 | Minnesota | 9 | Carolina del Norte | 90 | Texas | 113 |
| Arkansas | 19 | Indiana | 41 | Misisipi | 22 | Dakota del Norte | 3 | Utah | 12 |
| California | 83 | Iowa | 10 | Misuri | 34 | Ohio | 73 | Virginia | 53 |
| Colorado | 22 | Kansas | 10 | Montana | 5 | Oklahoma | 26 | Washington | 28 |
| Connecticut | 9 | Kentucky | 36 | Nebraska | 4 | Oregon | 11 | Virginia Occidental | 18 |
| Delaware | 6 | Luisiana | 26 | Nevada | 13 | Pensilvania | 64 | Wisconsin | 9 |
| Florida | 92 | Maine | 6 | Nuevo Hampshire | 8 | Rhode Island | 4 | Wyoming | 1 |
| Georgia | 57 | Maryland | 23 | Nueva Jersey | 34 | Carolina del Sur | 40 | Tiendas totales | 1385 |

Lowé's Companies, Inc.

Datos financieros seleccionados (no auditado) *continuación*

Datos seleccionados del estado de resultados:

| (En millones, excepto los datos por acción) | 2006 | 2005* | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ventas netas | \$46 927 | \$43 243 | \$36 464 | \$30 838 | \$26 112 |
| Margen bruto | 16 198 | 14 790 | 12 240 | 9533 | 7915 |
| Ganancias de operaciones permanentes | 3105 | 2765 | 2167 | 1807 | 1473 |
| Ganancias de operaciones discontinuadas, netas de impuestos | – | – | – | 15 | 12 |
| Ganancias netas | 3105 | 2765 | 2167 | 1822 | 1485 |
| Ganancias básicas por acción – operaciones permanentes | 2,02 | 1,78 | 1,39 | 1,15 | 0,94 |
| Ganancias básicas por acción – operaciones discontinuadas | – | – | – | 0,01 | 0,01 |
| Ganancias básicas por acción | 2,02 | 1,78 | 1,39 | 1,16 | 0,95 |
| Ganancias diluidas por acción – operaciones permanentes | 1,99 | 1,73 | 1,35 | 1,12 | 0,92 |
| Ganancias diluidas por acción – operaciones discontinuadas | – | – | – | 0,01 | 0,01 |
| Ganancias diluidas por acción | 1,99 | 1,73 | 1,35 | 1,13 | 0,93 |
| Dividendos por acción | \$0,18 | \$0,11 | \$0,08 | \$0,06 | \$0,04 |

Datos seleccionados del balance:

| | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Activos totales | \$27 767 | \$24 639 | \$21 101 | \$18 667 | \$15 790 |
| Deuda a largo plazo, no se incluyen los vencimientos corrientes | \$4325 | \$3499 | \$3060 | \$3678 | \$3736 |

Nota: Los datos financieros seleccionados se ajustaron para presentar la venta de los Depósitos del contratista de 2003 como operación discontinuada para todos los períodos.

Datos seleccionados del trimestre:

| (En millones, excepto los datos por acción) | Primero | Segundo | Tercero | Cuarto |
|---|----------|----------|----------|----------|
| 2006 | | | | |
| Ventas netas | \$11 921 | \$13 389 | \$11 211 | \$10 406 |
| Margen bruto | 4169 | 4478 | 3865 | 3687 |
| Ganancias netas | 841 | 935 | 716 | 613 |
| Ganancias básicas por acción | 0,54 | 0,61 | 0,47 | 0,40 |
| Ganancias diluidas por acción | \$0,53 | \$0,60 | \$0,46 | \$0,40 |

| (En millones, excepto los datos por acción) | Primero | Segundo | Tercero | Cuarto* |
|---|---------|----------|----------|----------|
| 2005 | | | | |
| Ventas netas | \$9913 | \$11 929 | \$10 592 | \$10 808 |
| Margen bruto | 3398 | 4027 | 3580 | 3785 |
| Ganancias netas | 586 | 839 | 646 | 693 |
| Ganancias básicas por acción | 0,38 | 0,54 | 0,41 | 0,44 |
| Ganancias diluidas por acción | \$0,37 | \$0,52 | \$0,40 | \$0,43 |

* El cuarto trimestre del período fiscal 2005 comprendió una semana adicional. Por consiguiente, el período fiscal 2005 comprendió 53 semanas, mientras que los otros períodos comprendieron 52 semanas.

Lowé's Companies, Inc.

Rendimiento de las acciones (no auditado)

Rango del precio de las acciones y pagos de dividendos en efectivo por trimestre

| | Período fiscal 2006 | | | Período fiscal 2005 | | | Período fiscal 2004 | | |
|----------------|---------------------|---------|-----------|---------------------|---------|-----------|---------------------|---------|-----------|
| | Alto | Bajo | Dividendo | Alto | Bajo | Dividendo | Alto | Bajo | Dividendo |
| 1.er trimestre | \$34,83 | \$30,58 | \$0,030 | \$29,99 | \$25,36 | \$0,020 | \$29,33 | \$25,85 | \$0,015 |
| 2.º trimestre | 32,85 | 26,90 | 0,050 | 33,51 | 25,94 | 0,030 | 28,08 | 23,84 | 0,020 |
| 3.er trimestre | 31,55 | 26,15 | 0,050 | 34,48 | 28,92 | 0,030 | 28,88 | 22,95 | 0,020 |
| 4.º trimestre | \$34,65 | \$28,59 | \$0,050 | \$34,85 | \$29,83 | \$0,030 | \$30,27 | \$27,53 | \$0,020 |

Desde el 23 de marzo de 2007, hubo 31 770 tenedores de títulos de acciones ordinarias de Lowé's.

Precio de las acciones y volumen de operaciones comerciales por mes

| | Período fiscal 2006 | | | Período fiscal 2005 | | | Período fiscal 2004 | | |
|------------|---------------------|---------|---------------------|---------------------|---------|---------------------|---------------------|---------|---------------------|
| | Alto | Bajo | Acciones negociadas | Alto | Bajo | Acciones negociadas | Alto | Bajo | Acciones negociadas |
| Febrero | \$34,83 | \$30,58 | 148 615 200 | \$29,99 | \$28,32 | 116 188 200 | \$29,33 | \$26,40 | 147 812 800 |
| Marzo | 34,43 | 31,94 | 176 907 800 | 29,54 | 27,87 | 142 744 400 | 28,47 | 25,89 | 168 190 600 |
| Abril | 32,85 | 31,15 | 143 440 400 | 28,68 | 25,36 | 154 511 600 | 28,15 | 25,85 | 150 115 000 |
| Mayo | 32,85 | 29,57 | 165 476 000 | 29 | 25,94 | 163 110 000 | 27,25 | 24,05 | 191 581 800 |
| Junio | 31,75 | 28,72 | 176 997 400 | 30 | 28,26 | 128 618 000 | 28,08 | 25,94 | 147 711 800 |
| Julio | 29,84 | 26,90 | 177 045 100 | 33,51 | 28,50 | 142 070 000 | 27,05 | 23,84 | 151 542 600 |
| Agosto | 29,95 | 26,15 | 177 348 900 | 33,49 | 31,15 | 190 463 800 | 25,45 | 22,95 | 162 209 800 |
| Septiembre | 30,07 | 26,76 | 228 877 300 | 34,48 | 30,62 | 172 644 600 | 27,50 | 24,80 | 138 108 800 |
| Octubre | 31,55 | 28,80 | 175 250 300 | 32,60 | 28,92 | 179 358 200 | 28,88 | 26,95 | 123 449 600 |
| Noviembre | 31,43 | 28,59 | 201 035 600 | 33,94 | 29,83 | 186 558 400 | 30,27 | 27,53 | 154 472 000 |
| Diciembre | 32,50 | 30,15 | 170 769 300 | 34,85 | 33,25 | 120 841 600 | 29,78 | 27,82 | 111 517 600 |
| Enero | \$34,65 | \$31,13 | 136 214 400 | \$33,71 | \$31,53 | 146 092 200 | \$29,17 | \$27,54 | 112 605 000 |

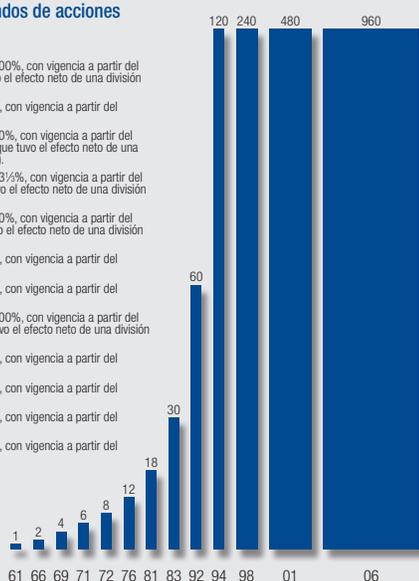
Fuente: The Wall Street Journal.

División de acciones 2 por 1, con vigencia a partir del 3 de julio de 2006.

Divisiones y dividendos de acciones

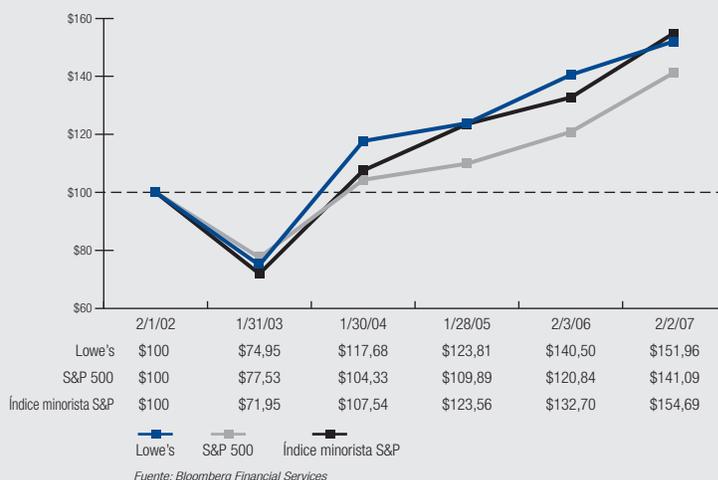
Desde 1961

- Dividendo de acciones del 100%, con vigencia a partir del 5 de abril de 1966 (que tuvo el efecto neto de una división de acciones 2 por 1).
- División de acciones 2 por 1, con vigencia a partir del 18 de noviembre de 1969.
- Dividendo de acciones del 50%, con vigencia a partir del 30 de noviembre de 1971 (que tuvo el efecto neto de una división de acciones 3 por 2).
- Dividendo de acciones del 33 1/3%, con vigencia a partir del 25 de julio de 1972 (que tuvo el efecto neto de una división de acciones 4 por 3).
- Dividendo de acciones del 50%, con vigencia a partir del 2 de junio de 1976 (que tuvo el efecto neto de una división de acciones 3 por 2).
- División de acciones 3 por 2, con vigencia a partir del 2 de noviembre de 1981.
- División de acciones 5 por 3, con vigencia a partir del 29 de abril de 1983.
- Dividendo de acciones del 100%, con vigencia a partir del 29 de junio de 1992 (que tuvo el efecto neto de una división de acciones 2 por 1).
- División de acciones 2 por 1, con vigencia a partir del 4 de abril de 1994.
- División de acciones 2 por 1, con vigencia a partir del 23 de junio de 1998.
- División de acciones 2 por 1, con vigencia a partir del 2 de junio de 2001.
- División de acciones 2 por 1, con vigencia a partir del 3 de julio de 2006.



Retorno total a los accionistas

El siguiente gráfico compara los retornos totales (asumiendo la reinversión de dividendos) de las acciones ordinarias de la Empresa, el índice S&P 500 y el índice minorista S&P. El gráfico supone \$100 invertidos el 1 de febrero de 2002 en acciones ordinarias de la Empresa y en cada uno de los índices.



Lowe's Companies, Inc.

Revisión trimestral del rendimiento (no auditada)

Estados de resultados

(En millones, excepto los datos por acción)

| Trimestre finalizado | Periodo fiscal 2006 | | | | Periodo fiscal 2005 | | | |
|---|---------------------|----------|----------|----------|---------------------|----------|----------|---------|
| | 2/2/07 | 3/11/06 | 4/8/06 | 5/5/06 | 3/2/06* | 28/10/05 | 29/7/05 | 29/4/05 |
| Ventas netas | \$10 406 | \$11 211 | \$13 389 | \$11 921 | \$10 808 | \$10 592 | \$11 929 | \$9913 |
| Margen bruto | 3687 | 3865 | 4478 | 4169 | 3785 | 3580 | 4027 | 3398 |
| Gastos: | | | | | | | | |
| Gastos de comercialización, generales y administrativos | 2335 | 2320 | 2617 | 2467 | 2303 | 2212 | 2363 | 2136 |
| Costos de apertura de tiendas | 49 | 44 | 28 | 25 | 57 | 35 | 25 | 25 |
| Amortización | 308 | 297 | 283 | 274 | 261 | 246 | 236 | 237 |
| Interés – neto | 43 | 45 | 30 | 35 | 36 | 36 | 39 | 47 |
| Gastos totales | 2735 | 2706 | 2958 | 2801 | 2657 | 2529 | 2663 | 2445 |
| Ganancias antes de impuestos | 952 | 1159 | 1520 | 1368 | 1128 | 1051 | 1364 | 953 |
| Provisión de impuesto a las ganancias | 339 | 443 | 585 | 527 | 435 | 405 | 525 | 367 |
| Ganancias netas | 613 | 716 | 935 | 841 | 693 | 646 | 839 | 586 |
| Ganancias básicas por acción | 0,40 | 0,47 | 0,61 | 0,54 | 0,44 | 0,41 | 0,54 | 0,38 |
| Ganancias diluidas por acción | \$0,40 | \$0,46 | \$0,60 | \$0,53 | \$0,43 | \$0,40 | \$0,52 | \$0,37 |

Variaciones en el estado de resultados

(Variaciones respecto del mismo trimestre del ejercicio anterior, al décimo porcentual más cercano)

| Trimestre finalizado | Periodo fiscal 2006 | | | | Periodo fiscal 2005 | | | |
|---|---------------------|---------|--------|--------|---------------------|----------|---------|---------|
| | 2/2/07 | 3/11/06 | 4/8/06 | 5/5/06 | 3/2/06* | 28/10/05 | 29/7/05 | 29/4/05 |
| Ventas netas | (3,7)% | 5,8% | 12,2% | 20,3% | 26,4% | 16,9% | 17,3% | 14,2% |
| Margen bruto | (2,6) | 8 | 11,2 | 22,7 | 27,1 | 18 | 19,1 | 19,2 |
| Gastos: | | | | | | | | |
| Gastos de comercialización, generales y administrativos | 1,4 | 4,9 | 10,7 | 15,5 | 25,6 | 16,1 | 20 | 15,3 |
| Costos de apertura de tiendas | (14) | 25,7 | 12 | – | 11,8 | 9,4 | 38,9 | 13,6 |
| Amortización | 18 | 20,7 | 19,9 | 15,6 | 16 | 11,3 | 12,4 | 16,7 |
| Interés – neto | 19,4 | 25 | (23,1) | (25,5) | (16,3) | (10) | (13,3) | (2,1) |
| Gastos totales | 2,9 | 7 | 11,1 | 14,6 | 23,4 | 15 | 18,8 | 15 |
| Ganancias antes de impuestos | (15,6) | 10,3 | 11,4 | 43,5 | 36,9 | 26 | 19,9 | 31,6 |
| Provisión de impuesto a las ganancias | (22,1) | 9,4 | 11,4 | 43,6 | 37,7 | 25,8 | 20,1 | 32 |
| Ganancias netas | (11,5) | 10,8 | 11,4 | 43,5 | 36,4 | 26,2 | 19,7 | 31,4 |
| Ganancias básicas por acción | (9,1) | 14,6 | 13 | 42,1 | 33,3 | 24,2 | 20 | 35,7 |
| Ganancias diluidas por acción | (7)% | 15% | 15,4% | 43,2% | 34,4% | 25% | 18,2% | 37% |

Porcentajes del estado de resultados

(Porcentaje de ventas redondeado a la centena más próxima; el impuesto a las ganancias es un porcentaje de las ganancias antes de impuestos)

| Trimestre finalizado | Periodo fiscal 2006 | | | | Periodo fiscal 2005 | | | |
|---|---------------------|---------|--------|--------|---------------------|----------|---------|---------|
| | 2/2/07 | 3/11/06 | 4/8/06 | 5/5/06 | 3/2/06* | 28/10/05 | 29/7/05 | 29/4/05 |
| Ventas netas | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Margen bruto | 35,44 | 34,47 | 33,44 | 34,97 | 35,02 | 33,80 | 33,76 | 34,28 |
| Gastos: | | | | | | | | |
| Gastos de comercialización, generales y administrativos | 22,44 | 20,70 | 19,54 | 20,69 | 21,31 | 20,88 | 19,81 | 21,55 |
| Costos de apertura de tiendas | 0,47 | 0,39 | 0,21 | 0,21 | 0,53 | 0,33 | 0,21 | 0,25 |
| Amortización | 2,97 | 2,65 | 2,11 | 2,30 | 2,41 | 2,32 | 1,97 | 2,39 |
| Interés – neto | 0,42 | 0,40 | 0,23 | 0,30 | 0,33 | 0,34 | 0,33 | 0,47 |
| Gastos totales | 26,30 | 24,14 | 22,09 | 23,50 | 24,58 | 23,87 | 22,32 | 24,66 |
| Ganancias antes de impuestos | 9,14 | 10,33 | 11,35 | 11,47 | 10,44 | 9,93 | 11,44 | 9,62 |
| Provisión de impuesto a las ganancias | 35,57 | 38,20 | 38,51 | 38,49 | 38,50 | 38,50 | 38,50 | 38,50 |
| Ganancias netas | 5,89% | 6,39% | 6,98% | 7,06% | 6,42% | 6,10% | 7,03% | 5,92% |

* El cuarto trimestre del periodo fiscal 2005 incluyó una semana adicional.

Lowe's Companies, Inc.

Antecedentes financieros (no auditados)

INFORMACIÓN FINANCIERA CORRESPONDIENTE A 10 EJERCICIOS ¹

| Período fiscal finalizado en | % de TCC a 5 años | 2 de febrero de 2007 | 3 de febrero de 2006* | 28 de enero de 2005 | 30 de enero de 2004 |
|--|----------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|
| Tiendas y personas | | | | | |
| 1 Cantidad de tiendas | 14 | 1385 | 1234 | 1087 | 952 |
| 2 Pies cuadrados (en millones) | 14,3 | 157,1 | 140,1 | 123,7 | 108,8 |
| 3 Cantidad de empleados | 14,4 | 210 142 | 185 314 | 161 964 | 147 052 |
| 4 Transacciones de los clientes (en millones) | 11,5 | 680 | 639 | 575 | 521 |
| 5 Compra promedio | | \$68,98 | \$67,67 | \$63,43 | \$59,21 |
| Estados de resultados comparativos (en millones) | | | | | |
| 6 Ventas | 16,7 | \$46 927 | \$43 243 | \$36 464 | \$30 838 |
| 7 Amortización | 17,9 | 1162 | 980 | 859 | 739 |
| 8 Interés - neto | (2,4) | 154 | 158 | 176 | 180 |
| 9 Ganancias antes de impuestos | 26,6 | 4998 | 4496 | 3520 | 2908 |
| 10 Provisión de impuesto a las ganancias | NS | 1893 | 1731 | 1353 | 1101 |
| 11 Ganancias de operaciones permanentes | 26,2 | 3105 | 2765 | 2167 | 1807 |
| 12 Ganancias de operaciones discontinuadas, netas de impuestos | NS | - | - | - | 15 |
| 13 Ganancias netas | 25,9 | 3105 | 2765 | 2167 | 1822 |
| 14 Dividendos en efectivo | 35,7 | 276 | 171 | 116 | 87 |
| 15 Resultados acumulados | 25,1 | \$2829 | \$2594 | \$2051 | \$1735 |
| Dólares por acción (promedio ponderado de acciones, asumiendo dilución) | | | | | |
| 16 Ventas | 17,3 | \$29,97 | \$26,91 | \$22,55 | \$18,91 |
| 17 Ganancias | 26,3 | 1,99 | 1,73 | 1,35 | 1,13 |
| 18 Dividendos en efectivo | 36,4 | 0,18 | 0,11 | 0,08 | 0,06 |
| 19 Resultados acumulados | 25,4 | 1,81 | 1,62 | 1,27 | 1,07 |
| 20 Patrimonio neto | 19,7 | \$10,04 | \$8,90 | \$7,11 | \$6,25 |
| Índices financieros | | | | | |
| 21 Rotación de activos ² | | 1,90 | 2,05 | 1,95 | 1,95 |
| 22 Retorno sobre las ventas ³ | | 6,62% | 6,39% | 5,94% | 5,91% |
| 23 Retorno sobre los activos ⁴ | | 12,60% | 13,10% | 11,61% | 11,54% |
| 24 Retorno sobre el patrimonio ⁵ | | 21,72% | 24,05% | 21,27% | 22,15% |
| Balances comparativos (en millones) | | | | | |
| 25 Total activo corriente | 11,5 | \$8314 | \$7788 | \$6866 | \$6438 |
| 26 Inversiones corrientes en efectivo | (1,4) | 796 | 876 | 813 | 1624 |
| 27 Inventario de mercaderías - neto | 14,6 | 7144 | 6635 | 5850 | 4482 |
| 28 Total activo corriente | (2,7) | 213 | 122 | 84 | 252 |
| 29 Bienes de uso - neto | 17,2 | 18 971 | 16 354 | 13 911 | 11 819 |
| 30 Otros activos | 17,6 | 317 | 203 | 178 | 241 |
| 31 Activos totales | 15,4 | 27 767 | 24 639 | 21 101 | 18 667 |
| 32 Total pasivo corriente | 17,3 | 6539 | 5832 | 5648 | 4144 |
| 33 Cuentas por pagar | 17,3 | 3524 | 2832 | 2695 | 2212 |
| 34 Otros pasivos corrientes | 21,1 | 2532 | 2544 | 1937 | 1520 |
| 35 Deuda a largo plazo (no se incluyen los vencimientos corrientes) | 3 | 4325 | 3499 | 3060 | 3678 |
| 36 Total pasivo | 11,6 | 12 042 | 10 343 | 9603 | 8479 |
| 37 Patrimonio neto | 19 | \$15 725 | \$14 296 | \$11 498 | \$10 188 |
| 38 Patrimonio/deuda a largo plazo (no se incluyen los vencimientos corrientes) | | 3,64 | 4,09 | 3,76 | 2,77 |
| 39 Efecto palanca al cierre del ejercicio: activos/patrimonio neto | | 1,77 | 1,72 | 1,84 | 1,83 |
| Accionistas, acciones y valor contable | | | | | |
| 40 Accionistas inscriptos en el registro de acciones, cierre del ejercicio | | 29 439 | 27 427 | 27 071 | 26 553 |
| 41 Acciones en circulación, cierre del ejercicio (en millones) | | 1525 | 1568 | 1548 | 1575 |
| 42 Promedio ponderado de acciones, asumiendo dilución (en millones) | | 1566 | 1607 | 1617 | 1631 |
| 43 Valor contable por acción | | \$10,31 | \$9,12 | \$7,43 | \$6,47 |
| Precio de las acciones durante el año calendario ⁶ (ajustado por las divisiones de acciones) | | | | | |
| 44 Alto | | \$34,83 | \$34,85 | \$30,27 | \$30,21 |
| 45 Bajo | | \$26,15 | \$25,36 | \$22,95 | \$16,69 |
| 46 Precio de cierre 31 de diciembre | | \$31,15 | \$33,33 | \$28,80 | \$27,70 |
| Índice precio/ganancia | | | | | |
| 47 Alto | 17 | 20 | 22 | 27 | 47 |
| 48 Bajo | | 13 | 15 | 17 | 15 |

| | 1 de enero de 2003 | 1 de febrero de 2002 | 2 de febrero 2001* | 28 de enero de 2000 | 29 de enero de 1999 | 30 de enero de 1998 | |
|----|-----------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------|
| 1 | 828 | 718 | 624 | 550 | 497 | 456 | 1 |
| 2 | 94,7 | 80,7 | 67,8 | 57 | 47,8 | 39,9 | 2 |
| 3 | 120 692 | 107 404 | 93 669 | 85 145 | 71 792 | 63 261 | 3 |
| 4 | 460 | 394 | 342 | 299 | 268 | 230 | 4 |
| 5 | \$56,80 | \$55,05 | \$53,78 | \$51,73 | \$48,37 | \$46,77 | 5 |
| 6 | \$26 112 | \$21 714 | \$18 368 | \$15 445 | \$12 946 | \$10 779 | 6 |
| 7 | 617 | 509 | 403 | 330 | 283 | 251 | 7 |
| 8 | 182 | 174 | 121 | 85 | 81 | 71 | 8 |
| 9 | 2362 | 1535 | 1238 | 1021 | 751 | 569 | 9 |
| 10 | 889 | 566 | 454 | 373 | 273 | 205 | 10 |
| 11 | 1473 | 969 | 784 | 648 | 478 | 364 | 11 |
| 12 | 12 | 13 | 14 | 15 | 13 | 11 | 12 |
| 13 | 1485 | 982 | 798 | 663 | 491 | 375 | 13 |
| 14 | 66 | 60 | 53 | 48 | 41 | 38 | 14 |
| 15 | \$1419 | \$922 | \$745 | \$615 | \$450 | \$337 | 15 |
| 16 | \$16,12 | \$13,49 | \$11,94 | \$10,06 | \$8,61 | \$7,27 | 16 |
| 17 | 0,93 | 0,62 | 0,52 | 0,43 | 0,33 | 0,25 | 17 |
| 18 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,03 | 0,03 | 0,03 | 18 |
| 19 | 0,89 | 0,58 | 0,48 | 0,40 | 0,30 | 0,22 | 19 |
| 20 | \$5,08 | \$4,09 | \$3,54 | \$3,03 | \$2,39 | \$2 | 20 |
| 21 | 1,93 | 1,92 | 2,05 | 2,19 | 2,22 | 2,16 | 21 |
| 22 | 5,69% | 4,52% | 4,34% | 4,29% | 3,79% | 3,48% | 22 |
| 23 | 10,96% | 8,70% | 8,91% | 9,41% | 8,42% | 7,52% | 23 |
| 24 | 22,55% | 18,03% | 17,13% | 18,45% | 16,58% | 14,66% | 24 |
| 25 | \$5356 | \$4818 | \$4158 | \$3688 | \$2865 | \$2427 | 25 |
| 26 | 1126 | 853 | 469 | 569 | 249 | 275 | 26 |
| 27 | 3911 | 3611 | 3285 | 2812 | 2385 | 1985 | 27 |
| 28 | 265 | 244 | 323 | 253 | 189 | 157 | 28 |
| 29 | 10 245 | 8565 | 6964 | 5122 | 4046 | 3294 | 29 |
| 30 | 160 | 141 | 131 | 111 | 108 | 79 | 30 |
| 31 | 15 790 | 13 546 | 11 287 | 8952 | 7047 | 5835 | 31 |
| 32 | 3360 | 2940 | 2911 | 2380 | 1924 | 1554 | 32 |
| 33 | 1791 | 1589 | 1708 | 1561 | 1221 | 1036 | 33 |
| 34 | 1204 | 971 | 745 | 401 | 270 | 241 | 34 |
| 35 | 3736 | 3734 | 2698 | 1727 | 1364 | 1191 | 35 |
| 36 | 7564 | 6962 | 5841 | 4293 | 3453 | 2874 | 36 |
| 37 | \$8226 | \$6584 | \$5446 | \$4658 | \$3594 | \$2961 | 37 |
| 38 | 2,20 | 1,76 | 2,02 | 2,70 | 2,63 | 2,49 | 38 |
| 39 | 1,92 | 2,06 | 2,07 | 1,92 | 1,96 | 1,97 | 39 |
| 40 | 25 405 | 19 277 | 16 895 | 15 446 | 14 508 | 12 386 | 40 |
| 41 | 1564 | 1551 | 1533 | 1529 | 1498 | 1477 | 41 |
| 42 | 1620 | 1610 | 1538 | 1536 | 1504 | 1482 | 42 |
| 43 | \$5,26 | \$4,25 | \$3,55 | \$3,05 | \$2,40 | \$2 | 43 |
| 44 | \$25 | \$24,44 | \$16,81 | \$16,61 | \$14,69 | \$6,45 | 44 |
| 45 | \$16,25 | \$12,40 | \$8,56 | \$10,75 | \$5,97 | \$4,05 | 45 |
| 46 | \$18,75 | \$23,21 | \$11,13 | \$14,94 | \$12,80 | \$5,96 | 46 |
| 47 | 40 | 32 | 39 | 45 | 25 | 47 | |
| 48 | 17 | 20 | 16 | 25 | 18 | 16 | 48 |

Notas aclaratorias:

1. Los montos indicados en el presente reflejan los depósitos del contratista como operaciones discontinuadas.

2. Rotación de activos: Ventas divididas por activos al inicio.

3. Retorno sobre las ventas: Ganancias netas divididas por las ventas.

4. Retorno sobre las ventas: Ganancias netas divididas por los activos al inicio.

5. Retorno sobre el patrimonio neto: Ganancias netas divididas por el patrimonio al inicio.

6. Fuente de precios de acciones: *The Wall Street Journal*.

* Teniendo en cuenta que el periodo fiscal comprendió 53 semanas.

Todos los otros ejercicios comprendieron 52 semanas.

NS = No significativo

TCC = Tasa de Crecimiento Compuesta

Directorio

Lowe's Companies, Inc.

Robert A. Niblock

Presidente del Directorio, Presidente y CEO, Lowe's Companies, Inc., Mooresville, NC^{3}*

Leonard L. Berry, Ph.D.

Profesor distinguido en Marketing, Máster en Liderazgo Minorista y Marketing (Zale) y Profesor de Humanidades en Medicina, Texas A&M University, College Station, TX^{2,4}

Peter C. Browning

Presidente del Directorio no Ejecutivo, Nucor Corporation, 2000–2006 y^{1,4}

Paul Fulton

Presidente del Directorio, Bassett Furniture Industries, Bassett, VA^{2,4}

Dawn E. Hudson

Presidente y CEO, Pepsi-Cola North America, Purchase, NY^{2,4}

Robert A. Ingram

Vicepresidente del Directorio, Pharmaceuticals, GlaxoSmithKline; Presidente del Directorio, Valeant Pharmaceuticals, Inc.; Presidente del Directorio, OSI Pharmaceuticals, Melville, NY^{2,4}

Robert L. Johnson

Socio fundador y Presidente del Directorio, RLJ Companies, Bethesda, MD^{1,4}

Marshall O. Larsen

Presidente del Directorio, Presidente y CEO, Goodrich Corporation, Charlotte, NC^{2,3,4}*

Richard K. Lochridge

Presidente, Lochridge & Company, Inc., Boston, MA^{1,4}

Stephen F. Page

Vicepresidente del Directorio y Director Financiero Retirado, United Technologies Corporation, Hartford, CT^{1,3,4}*

O. Temple Sloan, Jr.

Presidente del Directorio y CEO, The International Group, Inc., Raleigh, NC^{1,3,4}*

Miembros del Comité

1. Comité de Auditoría

2. Comité de Remuneraciones y Organización

3. Comité Ejecutivo

4. Comité de Control

* Presidente del Comité 2006

Personal jerárquico y CEO

Lowe's Companies, Inc.

Robert A. Niblock

Presidente del Directorio y CEO

Larry D. Stone

Presidente del Directorio y Gerente Operativo

Gregory M. Bridgeford

Vicepresidente Ejecutivo – Desarrollo de Negocios

Michael K. Brown

Vicepresidente Ejecutivo – Operaciones de Tiendas

Charles W. (Nick) Canter, Jr.

Vicepresidente Ejecutivo – Comercialización

Robert F. Hull, Jr.

Vicepresidente Ejecutivo y Director Financiero

Joseph M. Mabry, Jr.

Vicepresidente Ejecutivo – Logística y distribución

Maureen K. Ausura

Vicepresidente Senior – Recursos Humanos

Matthew V. Hollifield

Vicepresidente Senior y Director Contable

Gaither M. Keener, Jr.

Vicepresidente Senior, Asesor General, Secretario y Director de Cumplimiento

Brian Peace

Vicepresidente Senior – Asuntos Corporativos

Steven M. Stone

Vicepresidente Senior y Director de Informática

Carolyn D. Saint

Vicepresidente – Auditoría interna

Información corporativa y sobre los inversionistas

Descripción comercial

Lowe's Companies, Inc. es una empresa minorista que factura \$46,9 mil millones y se dedica a ofrecer una línea completa de productos y servicios para la mejora del hogar. La empresa, por medio de sus subsidiarias, abastece a más de 13 millones de clientes aficionados a las mejoras del hogar, profesionales de las mejoras del hogar y clientes comerciales, todas las semanas en sus 1385 tiendas ubicadas en 49 estados. Lowe's es la segunda empresa minorista más grande del mundo dedicada a la mejora del hogar y la séptima empresa minorista más grande de los Estados Unidos. Esta empresa de 60 años de antigüedad tiene su base en Mooresville, N.C. y emplea a más de 210 000 personas. Desde el 10 de octubre de 1961, Lowe's es una sociedad que cotiza en la bolsa. El paquete accionario de la Empresa se cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (New York Stock Exchange) y las acciones se comercializan con el símbolo LOW. Para obtener más información, visite www.Lowes.com.

Lowe's presenta los informes a la Comisión de la Bolsa de Valores de los Estados Unidos (SEC, Securities and Exchange Commission), entre los que se incluyen, a modo de ejemplo, los informes anuales en el Formulario 10-K, los informes trimestrales en el Formulario 10-Q, los informes actuales en el Formulario 8-K y cualquier otra presentación que exija la SEC. Las certificaciones del CEO y del Director Financiero Principal de Lowe's en relación con la calidad de la declaración pública que realiza la empresa se incluyen en los informes de Lowe's para la SEC, según lo exige la sección 302 de la ley Sarbanes-Oxley de 2002. Además, en 2006, el CEO de Lowe's presentó ante la Bolsa de Valores de Nueva York la certificación anual del CEO sobre el cumplimiento de Lowe's respecto de los estándares de gestión corporativa requeridos por esa entidad.

Los informes presentados por Lowe's ante la SEC, y todas las modificaciones a dichos informes, están disponibles sin costo en el sitio web de Lowe's (www.Lowes.com) tan pronto como es posible después de que Lowe's los presenta ante la SEC.

Para obtener sin costo copias del Informe anual correspondiente al año 2006 (Formulario 10-K), de los Informes trimestrales (Formulario 10-Q) y del Informe anual para los accionistas solicítelas por escrito Gaither M. Keener Jr., a la Secretaria de Lowe's en las oficinas corporativas o llame al 888-345-6937.

Se incluye información adicional en nuestro sitio web, como las Pautas de Gestión Corporativa, las Actas de Constitución del Comité del Directorio, el Código de Conducta y Ética Comercial y el Informe de Responsabilidad Social, así como otra información financiera. Los accionistas podrán recibir copias impresas de estos documentos cuando las soliciten.

Oficinas corporativas

1000 Lowe's Boulevard
Mooresville, NC 28117
704-758-1000

Sitio web de Lowe's
www.Lowes.com

Agente de Transferencia de Acciones y Oficial de Registro, Agente de Pago de Dividendos y Agente de Inversión de Dividendos

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

Para realizar el depósito directo de los dividendos, los accionistas registrados pueden llamar a la línea gratuita de Computershare al 877-282-1174.

Los accionistas registrados que tengan correo electrónico pueden enviar las consultas relacionadas con la cuenta a Computershare desde el sitio web en www.computershare.com, o pueden hacer clic en Contact Us.

Los accionistas registrados pueden tener acceso a sus cuentas en línea desde Investor Centre en www.computershare.com, o haciendo clic en Shareholder Services.

Los inversionistas pueden participar del Plan de Adquisición Directa de Acciones (Stock Advantage Direct Stock Purchase Plan) desde www.Lowes.com/investor, y hacer clic en Buy Stock Direct.

Dividendos

Todos los trimestres, Lowe's ha pagado dividendos en efectivo desde que la empresa comenzó a cotizar en bolsa en 1961.

Generalmente, las fechas de registro de los dividendos son a mediados del período fiscal de abril, julio, octubre y enero.

Generalmente, las fechas de pagos de dividendos se efectúan a fines del período fiscal de abril, julio, octubre y enero.

Fecha de la asamblea anual

25 de mayo de 2007 a las 10:00 a. m.
Ballantyne Resort Hotel
Charlotte, Carolina del Norte

Información sobre la compraventa de acciones

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

Asesor General

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

Contadores públicos independientes registrados

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

Servicio de atención a accionistas

Las consultas de los accionistas y de los analistas de acciones deben enviarse a:

Paul Taaffe
Vicepresidente, Relaciones con Inversionistas
o llamar al teléfono 704-758-2033.

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

Relaciones Públicas

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

Para leer el Informe de Responsabilidad Social de Lowe's, visite: www.Lowes.com/socialresponsibility.

Al menos el 90% de la fibra utilizada para fabricar este papel proviene de bosques bien cuidados que cuentan con la certificación de cumplimiento de los estándares de buen cuidado de los bosques, y el 10% proviene de fibra reciclada. Para consultar la información adicional sobre el compromiso de Lowe's con los estándares de buen cuidado de los bosques, visite: www.Lowes.com/woodpolicy.

¿QUÉ MÁS HA CAMBIADO EN 60 AÑOS?

- La población de los Estados Unidos se ha duplicado de 130 millones a más de 300 millones.
- La proporción de la población con 65 años o más ha aumentado del 7% a más del 12%.
- El tamaño del grupo familiar promedio en los Estados Unidos ha disminuido de 3,7 a 2,6 personas.
- Aproximadamente el 50% de la población de los Estados Unidos reside en áreas suburbanas en comparación con el 15% de hace 60 años.
- La población de los Estados Unidos ha pasado de ser un país de inquilinos a un país de propietarios. El índice de propietarios en los Estados Unidos alcanza un nivel casi récord de aproximadamente el 70%.

Fuente: U.S. Census Bureau



LA VISIÓN DE LOWE'S

Ofreceremos soluciones de valor para el cliente con los mejores precios, productos y servicios que hacen de Lowe's la primera opción para las mejoras del hogar.

Lowe's Companies, Inc.
1000 Lowe's Boulevard
Mooresville, NC 28117
www.Lowes.com

002CS-14164