

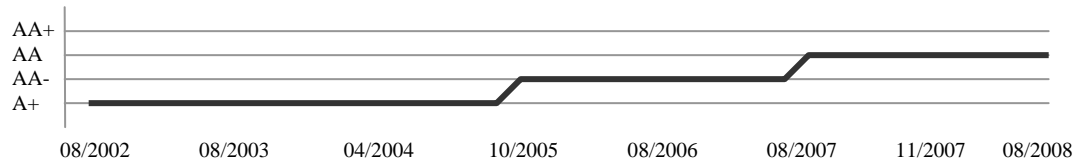
Sodimac S.A.

Agosto 2008

Categoría de Riesgo y Contacto			
Tipo de Instrumento	Categoría	Contactos	
Bonos	AA Estable	Gerente a Cargo	Aldo Reyes D.
Tendencia		Analista	Andres Silva P.
Otros Instrumentos	No hay	Teléfono	56-2-204 7315
		Fax	56-2-223 4937
		Correo Electrónico	ratings@humphreys.cl
EEFF base	30 de junio de 2008	Sitio Web	www.humphreys.cl
		Tipo de Reseña	Reseña Anual

Número y Fecha de Inscripción de Emisiones de Deuda	
Bono Series C1 – C2	N° 252 de 10.05.01
Línea de Bonos a 10 años	N° 521 de 14.12.07
Serie D	Primera emisión
Línea de Bonos a 10 años	N° 520 de 14.12.07
Serie E	Primera emisión

Clasificación Histórica **Bonos**



Estado de Resultados Consolidado *					
Cifras en Miles de \$ a Junio de 2008	Año 2004	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Junio 2008
Ingreso Operacional	688.402.159	752.776.378	850.362.410	1.001.610.777	561.956.302
Costo Explotación	-519.303.835	-561.900.774	-623.340.749	-733.272.615	-412.126.318
Gasto Admin. y Venta	-137.072.293	-152.237.015	-175.274.379	-211.583.693	-111.550.046
Resultado Operacional	32.026.032	38.638.589	51.747.282	56.754.469	38.279.938
Resultado No Operacional	-6.940.717	-8.011.165	-1.654.442	-4.802.598	-774.479
Utilidad Neta	25.848.068	32.503.922	45.755.457	47.068.447	30.002.060

* No se consideran reclasificaciones de cuentas

Balance General Consolidado *					
Cifras en Miles de \$ a Junio de 2008	Año 2004	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Junio 2008
Activo Circulante	211.010.023	215.587.684	252.731.914	308.506.262	327.248.530
Activo Fijo	23.091.053	29.455.264	50.450.081	67.333.262	74.433.427
Otros Activos	176.031.514	122.585.220	69.962.196	80.747.073	79.366.047
Total Activos	410.132.589	367.628.167	373.144.191	456.586.596	481.048.004
Pasivo Circulante	172.846.749	156.099.467	175.713.700	231.476.475	202.331.947
Pasivo Largo Plazo	75.222.043	24.387.274	26.879.261	25.132.367	55.594.029
Interés Minoritario	0	0	0	9.845.469	10.916.430
Patrimonio	162.063.797	187.141.426	170.551.230	190.132.285	212.205.598
Total Pasivos	410.132.589	367.628.167	373.144.191	456.586.596	481.048.004

* no se consideran reclasificaciones de cuentas

*Sodimac presenta Estados Financieros Consolidados desde Junio de 2007. Las cifras anteriores corresponden a los Estados Financieros Individuales de la compañía hasta Marzo de 2007 y se utilizan con el objeto de hacer las comparaciones pertinentes.

Opinión

Fundamento de la Clasificación

Sodimac S.A. es una empresa que se dedica a la intermediación de artículos de construcción y mejora del hogar. Sus operaciones se orientan a tres segmentos: El *retail*, las pymes del área construcción y las grandes constructoras. La venta al detalle, residencial en su mayoría, representa la principal fuente de ingresos y márgenes para la compañía. Es importante mencionar que si bien Sodimac posee presencia en Perú, Argentina y Colombia, dichas filiales están bajo el alero de las inversiones realizadas por Falabella, por lo cual no influyen en el análisis financiero realizado a Sodimac en Chile.

La clasificación de riesgo reconoce entre las principales fortalezas de **Sodimac S.A.**, su sólido y claro liderazgo dentro del mercado chileno, sustentado en un fuerte reconocimiento de marca y en una adecuada cobertura de venta, tanto en términos locales como de cartera de productos ofrecidos a los consumidores.

Otros atributos que apoyan y complementan la clasificación de los títulos de deuda son el respaldo de S.A.C.I Falabella como controlador de la compañía y el exitoso desarrollo de su estrategia de negocio. También la clasificación incorpora como elemento positivo la participación de la sociedad en Imperial, empresa de larga trayectoria en el sector y con importante presencia en un segmento de mercado de mayor especialización.

Desde otra perspectiva, la categoría de riesgo asignada se encuentra contraída por la intensificación de la competencia directa e indirecta, por la eventual entrada de nuevos operadores internacionales y por la posibilidad de procesos de desintermediación en la compra.

Otro factor de riesgo propio del sector es la sensibilidad de su demanda a períodos económicos contractivos, en especial de aquellos segmentos fuertemente ligados a la actividad de la construcción.

La perspectiva de la clasificación se califica en “*Estable*”, ya que en el mediano plazo, en nuestra opinión, no se visualizan cambios relevantes en los riesgos que afectan a la Compañía.

Para la mantención de la clasificación de bonos, es necesario que la empresa, además de no alterar en forma significativa su endeudamiento relativo, lleve a cabo una estrategia de crecimiento que implique niveles de generación de flujos acordes con los nuevos riesgos que se está asumiendo.

Definición Categoría de Riesgo

Categoría AA

Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una muy alta capacidad del pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a la que pertenece o en la economía.

Oportunidades y Fortalezas

Posición de Mercado y Reconocimiento de Marca: La compañía presenta un claro liderazgo en el mercado chileno, con una participación del 23,4% (más el 2,4% de participación de Ferreterías Imperial). Este liderazgo, se vio reforzado por la adquisición del 60% de Imperial. Para este logro, han sido de gran importancia las marcas “Constructor” y “**Sodimac**”, las que se encuentran muy posicionadas en sus respectivos mercados y son reconocidas por los consumidores, quienes asocian fuertemente el término de la categoría “*homecenter*” a **Sodimac**.

Adecuada cobertura de Ventas: A junio de 2008, **Sodimac** cuenta con 42 tiendas “Homecenter” destinadas al segmento de mejoramiento del hogar y más de la mitad de ellas están ubicadas en regiones. Tiene, además, 13 tiendas “**Sodimac Constructor**”, las cuales se dedican a atender a los contratistas, constructores y pequeñas empresas. Por último, están las oficinas dedicadas exclusivamente a la atención de grandes clientes. Asimismo la compañía posee el 60% de Imperial, cadena que cuenta con siete tiendas (cinco de ellas en la Región Metropolitana)

Respaldo de S.A.C.I. Falabella: El impacto de Falabella en **Sodimac** se da por la experiencia en *retail* del primero y por los aportes en ventas a crédito a través del uso de la tarjeta CMR de Falabella en locales de **Sodimac**. El controlador de la sociedad conforma un grupo económico con presencia internacional y con amplia trayectoria y prestigio a nivel nacional. S.A.C.I. Falabella, clasificado en “Categoría AA” a nivel local, es el principal operador de *retail* de Chile; cuenta con inversiones en Perú y Argentina y sus operaciones incluyen ventas en tiendas por departamento, corretaje de seguros, agencia de viajes, servicios financieros e inversiones inmobiliarias y manufactureras. A su vez, el uso de la tarjeta comercial CMR de Falabella en tiendas **Sodimac**, que se encuentra fuertemente posicionada entre los consumidores, incentiva la compra, lo cual no es un factor menor si se considera que el 29,4% de las ventas del año 2008 se realizaron a través de la tarjeta CMR.

Factores de Riesgo

Intensificación de la Competencia Directa e Indirecta: El grupo Cencosud, dueño del principal competidor de **Sodimac** en formatos *homecenter* (Easy), se encuentra inmerso en un importante plan de expansión, lo que hace aumentar los niveles de competencia en el sector. En este sentido, debe considerarse la exitosa incursión de Easy en el mercado argentino. Hay que mencionar también la asociación de ferreterías MTS (ahora más debilitada), la cual se formó con el fin de competir de mejor manera con las grandes cadenas como **Sodimac**. Por otro lado, el desarrollo tecnológico, específicamente la masificación del uso de *Internet* en el comercio, podría llevar a un proceso acelerado de desintermediación en el mercado de bienes transables, impactando negativamente a **Sodimac**, en particular en lo relativo al segmento de empresas.

Entrada de nuevos operadores internacionales: No se debe descartar que a futuro operadores extranjeros intenten ingresar al mercado nacional, lo que podría afectar la participación de **Sodimac**. Como atenuante, cabe recordar que hace algunos años ingreso al país *Home Depot*, Situación que no generó mayores dificultades a la compañía.

Demanda Sensible: La demanda de la industria está fuertemente ligada a la actividad del sector construcción, rubro que se caracteriza por su alta volatilidad ante los ciclos económicos. Por otra parte, las ventas al detalle, orientadas al mercado de personas, se ven resentidas en períodos recesivos y/o de alta inflación, en especial cuando se trata de productos prescindibles. Sin embargo, hay que mencionar que el impacto de las crisis del sector construcción se ve mitigado por el negocio de venta al detalle, lo que diversifica en cierta medida el riesgo de la compañía.

Antecedentes Generales

Historia

Sodimac inicia sus actividades en 1952 como una cooperativa abastecedora de empresas constructoras con una red desde Arica a Chiloé. En 1982, Empresas Dersa adquiere los activos de la cooperativa **Sodimac** y constituye la sociedad **Sodimac**.

Con el objetivo de reducir la dependencia de los ciclos de la construcción, se introduce en 1988 el formato de venta al detalle “**Homecenter Sodimac**” destinado a satisfacer las necesidades de mejoramiento, reparación y decoración del hogar.

En 1992 se inicia el desarrollo del formato “**Sodimac Constructor**” destinado, especialmente, a los contratistas, constructores independientes y pequeñas empresas del rubro. En el 2000 se inicia una nueva generación de tiendas “**Súper Sodimac**”, que reúnen en un sólo lugar las tiendas destinadas a satisfacer las necesidades de los distintos segmentos atendidos por **Sodimac**. En el 2001 se llega a la cifra de 48 puntos de venta entre Arica y Punta Arenas. Además, comienza a operar el sitio web de **Sodimac**.

En octubre de 2003 se produce la incorporación de **Sodimac S.A.** como filial de S.A.C.I. Falabella, iniciándose el proceso de integración con la cadena Homestore S.A., el cual culmina en abril de 2004.

En el año 2007 **Sodimac** adquiere el 60% de la cadena de Ferreterías Imperial.

Propiedad

Al 30 de junio de 2008, la propiedad de **Sodimac** se distribuía de la siguiente manera:

Nombre de Accionistas	Nº de acciones pagadas	Participación
Home Trading S.A.	22.132.569.422	100%
Ventas y Servicios Generales Venser Ltda.	251	0%
TOTAL	22.132.569.673	100%

Ambas empresas son de propiedad de S.A.C.I. Falabella.

Líneas de negocio

Sodimac desarrolla su estrategia a través de tres unidades de negocio: La venta a empresas, **Sodimac Constructor** y la venta al detalle en las tiendas **Homecenter**. A esto hay que agregar la venta a distancia y la recién adquirida cadena de ferreterías Imperial.

A junio de 2008, **Sodimac** cuenta con 63 tiendas, sumando los locales tipo “Homecenter”, “Constructor” y los locales Imperial.

En cuanto a participación de mercado, en el año 2007 **Sodimac** contaba con un 25,8% de participación, incluyendo la compra de Imperial, siendo el líder indiscutido de la industria, donde su más cercano competidor posee sólo el 8,9% del mercado.

Venta a Empresas

Es la unidad de negocios dedicada a atender a las grandes y medianas empresas del sector de la construcción, y esta dividida en tres sectores geográficos: Norte, Centro y Sur. Estos clientes compran en grandes volúmenes, lo que permite a la empresa mejorar su posición negociadora con los proveedores. Actualmente esta área representa un cuarto del volumen total de ventas de **Sodimac** en Chile. En el año 2007, su crecimiento fue de 15,6% en comparación al año 2006.

Sodimac Constructor

Con 13 locales a lo largo de Chile, de las cuales cinco se ubican en la Región Metropolitana, **Sodimac Constructor** es el área de negocios dedicado a atender a contratistas, constructores y pequeñas empresas del área de la construcción. Dentro de este segmento destaca la relación que se ha tratado de construir con los clientes a través de iniciativas como el “Círculo de Especialistas” (CES), que cuenta con más de 100 mil socios. Dentro de este segmento son muy importantes la versatilidad y accesibilidad de los productos, así como la rapidez de la operación de compra.

Tiendas Homecenter

El formato *Homecenter* está orientado a apoyar a las familias que buscan mejorar sus hogares. A diciembre de 2007 contaba con 42 tiendas a lo largo de Chile, de las cuales 13 se ubican en la Región Metropolitana.

Venta a distancia

Esta área se ha consolidado como una herramienta de apoyo vital a todas las líneas de negocios de la empresa. Está dividida en tres ámbitos de acción: Internet, Fonocompras y Kioscos. Estos últimos son plataformas de Internet que se ubican en las mismas tiendas.

Imperial

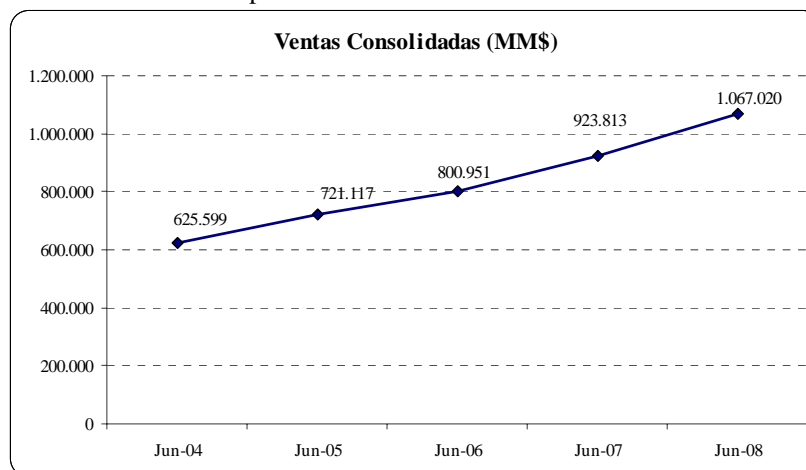
Imperial es un importante actor del mercado, especializado en atención a mayoristas. Esta cadena tiene un perfil distinto a los que era **Sodimac**, ya que su enfoque es más de “nicho”, por lo tanto comercializa productos que en ésta muchas veces no se encuentran, ya que responden a necesidades específicas de los compradores. La adquisición de esta cadena tiene dos consecuencias importantes. La primera es el acceso a un mercado al cual **Sodimac** no estaba atendiendo completamente y, la segunda lugar, es el debilitamiento de la competencia, ya que Imperial era uno de los actores más importantes dentro de la asociación de ferreterías MTS y el segundo actor de mercado en cuanto a poder de compra a proveedores. A fines de 2007, Imperial contaba con siete tiendas, de las cuales cinco se ubican en la Región Metropolitana.

Evolución Financiera¹

Como se mencionó anteriormente, **Sodimac** presenta Estados Financieros Consolidados desde junio de 2007. En éstos se incluye la sociedad **Sodimac Cuatro S.A.**, que fue la que adquirió el 60% de las acciones de Imperial. Por tanto, todas las cifras, comparaciones y gráficos que siguen, reflejan la comparación entre los estados consolidados de junio de 2008 y 2007 y los estados financieros individuales anteriores.

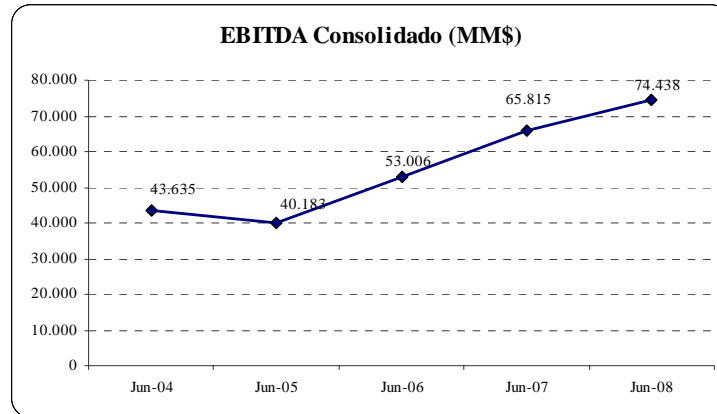
El resultado de explotación de 2007 fue 9,7% superior al de 2006 (resultados a diciembre), llegando a \$ 56.754 millones. A junio de este año el resultado de explotación consolidado fue de \$ 38.280 millones, 18,8% superior al registrado en junio del año anterior.

Las ventas del año 2007 aumentaron 17,8% con relación a las de 2006, llegando a \$ 1.001 mil millones. A junio de 2008 las ventas consolidadas alcanzaron un valor de \$ 562 mil millones, 13,2% superior a lo registrado en igual mes del año anterior. El aumento en las ventas del año 2007 responden a la compra de la cadena Imperial, junto con la consolidación de los actuales locales de la compañía. En el siguiente gráfico se muestra la evolución en ventas de la empresa:

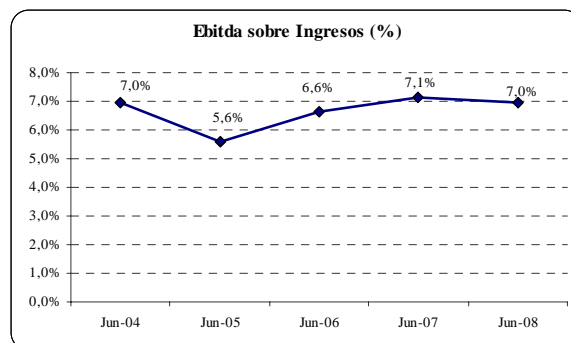


¹ Todas las cifras posteriores en miles de pesos a septiembre de 2007. Los gráficos en años móviles.

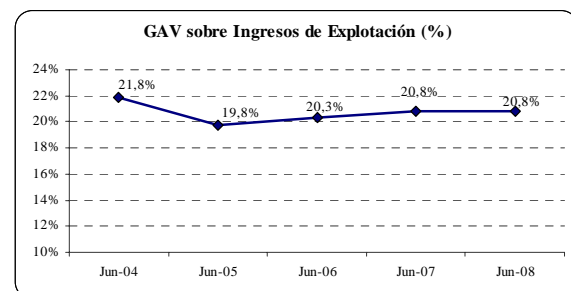
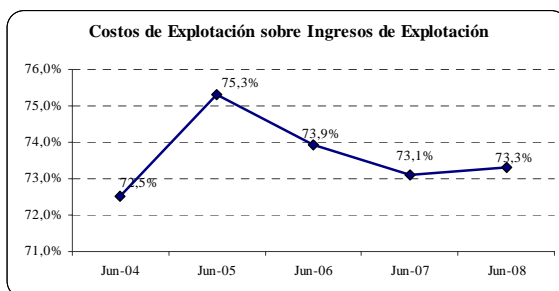
Por su parte, el Ebitda de la Empresa a diciembre de 2007 fue de \$ 67.222 millones, 12% superior a lo registrado a igual mes del año anterior. A junio de 2008, el Ebitda Consolidado fue de \$ 44.525 millones, 19,3% superior a lo registrado al mismo mes del año 2007. El aumento del Ebitda se explica principalmente por el alza en el resultado operacional destacado anteriormente. El siguiente gráfico muestra el Ebitda móvil de la empresa a junio de cada año:



En el gráfico de la derecha podemos apreciar la evolución de la relación Ebitda sobre Ingresos de la compañía. Como se observa, en los años 2006 y 2007 la empresa ha tendido a incrementar su generación de Ebitda en relación con su generación de ingresos. La relación es consistente en opinión de Humphreys con una industria de alta competencia, en donde la generación de flujo viene dada por concepto de cantidad por sobre el margen que reportean sus ventas.



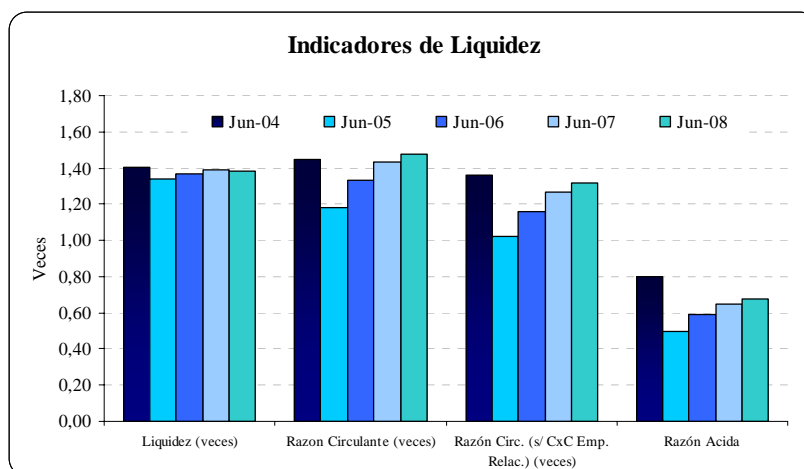
Los Costos de Explotación (incluyendo la depreciación) sobre Ingresos disminuyeron en el periodo comprendido entre el año 2005 y 2007, lo que refleja los esfuerzos de la empresa por mejorar los márgenes con políticas que tiendan a mejorar su posición frente a los proveedores. Por ejemplo, muchas de las compras se hacen en conjunto con las operaciones de las tiendas Sodimac de Perú y Colombia (las cuales están bajo otras sociedades). Sin embargo en el último periodo la relación se mantuvo constante reflejando en cierta medida la alta inflación registrada en dicho periodo. Por su parte, los Gastos de Administración y Ventas (GAV) se mantuvieron constantes durante el ultimo periodo en un 20,8%.



Evolución de la Liquidez Financiera

La empresa mejoró los indicadores de liquidez en los últimos cuatro años y no se vislumbra una razón para que éstos se deterioren en el corto plazo.

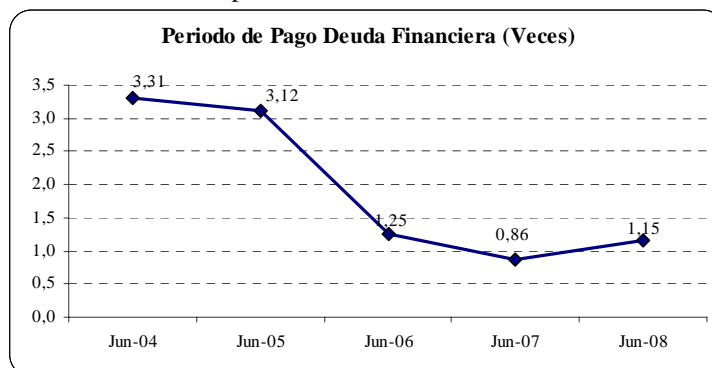
En el gráfico siguiente se muestra la evolución de los indicadores² de liquidez de la empresa para los últimos años.



Evolución del Endeudamiento Financiero

El endeudamiento relativo de **Sodimac** – medido como la relación entre su pasivo financiero y el Ebitda de la sociedad – aumentó el último año, fundamentalmente por el mayor endeudamiento registrado a comienzo del año 2008. Sin embargo en opinión de **Humphreys**, el indicador se mantiene en niveles adecuados en relación a su capacidad de generación de caja..

A junio de 2008, la empresa aumentó en 38,2% la deuda financiera con respecto a igual mes de 2007, llegando a \$ 87.073 millones, respecto de los \$ 63.021 millones que alcanzo la deuda en junio del año pasado..El aumento se explica principalmente por la nueva línea de bonos emitida a comienzos del año 2008. En el siguiente gráfico, se observa el periodo de pago de la deuda financiera de la empresa (Deuda financiera / Ebitda), donde la deuda financiera considerada es el promedio de los doce meses móviles de cada periodo, y el Ebitda corresponde al año móvil a cada periodo.



² Liquidez = Ing. x Vtas. / (Cto. De Vtas. – Depreciación)

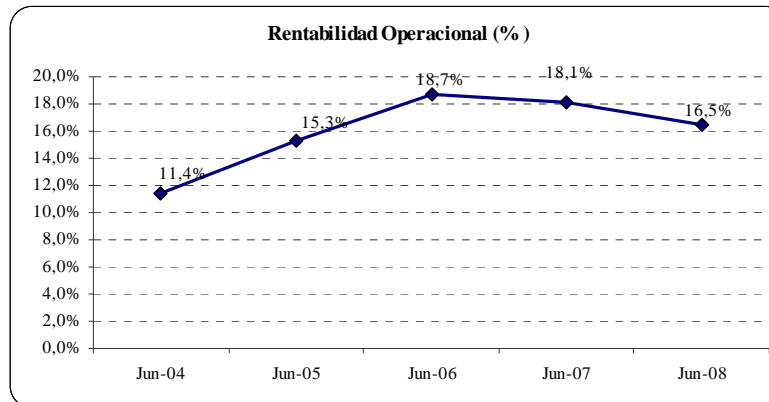
Razón Circulante = Act. Circ. / Pas. Circ

Razón Circulante (sin CxC Empresas Relacionadas) = (Act. Circ. – CxC a Emp. Rel) / Pas. Circ

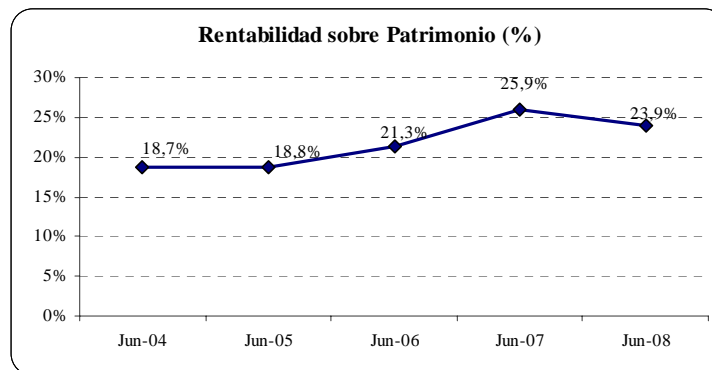
Razón Ácida = (Act. Circ. – Exist – Gtos. Pag. x Ant) / Pas.Circ.

Evolución de la Rentabilidad

La rentabilidad operacional móvil disminuyó a junio de 2008 en comparación a junio de 2007, debido a que aunque el resultado operacional aumentó en 18,8% entre el año móvil terminado a junio de 2007 y el año móvil terminado a junio de 2008, los activos operacionales lo hicieron en 22,1% en el mismo período. El siguiente gráfico muestra la rentabilidad operacional (Resultado operacional/Activos operacionales):



En tanto, la rentabilidad sobre patrimonio disminuyó debido a que el resultado final aumento en 7,3% entre el año móvil a junio de 2007 y el año móvil a junio de 2008, mientras que el patrimonio lo hizo en un 11,7% para el mismo periodo. El siguiente gráfico muestra la rentabilidad sobre patrimonio (Resultado final/Patrimonio):



Bonos

Actualmente **Sodimac** tiene los siguientes bonos y líneas de bonos en el mercado:

- Bono Series C1-C2

- Fecha colocación: Junio 2001
- Monto colocado: UF 1.200.000
- Tasa de carátula: 6,25%
- Vencimiento: Abril 2022
- Valor par (julio 2008): UF 1.198.408

- Línea de bonos

- N° y fecha de inscripción: 521, 14/12/07
- Plazo de la línea: 10 años

- Primera Emisión (Serie D)

- Fecha colocación: Diciembre 2007
- Monto colocado: UF 1.500.000
- Tasa de carátula: 2,50%
- Vencimiento: Diciembre 2012
- Valor par (julio 2008): UF 1.506.212

“La opinión de las entidades clasificadoras no constituye en ningún caso una recomendación para comprar, vender o mantener un determinado instrumento. El análisis no es el resultado de una auditoría practicada al emisor, sino que se basa en información que éste ha hecho pública o ha remitido a la Superintendencia de Valores y Seguros y en aquella que ha sido aportada voluntariamente por el emisor, no siendo responsabilidad de la firma evaluadora la verificación de la autenticidad de la misma”

Anexo: Indicadores³

	Dic-05	Mar-06	Jun-06	Sep-06	Dic-06	Mar-07	Jun-07	Sep-07	Dic-07	Mar-08	Jun-08
1.- LIQUIDEZ											
Liquidez (veces)	1,35	1,36	1,37	1,37	1,38	1,39	1,39	1,39	1,38	1,38	1,38
Razón Circulante (Veces)	1,18	1,21	1,33	1,44	1,46	1,47	1,44	1,43	1,40	1,42	1,47
Razón Circ. (s/CxC a Emp. Relac.) (veces)	1,03	1,06	1,16	1,27	1,28	1,29	1,27	1,27	1,25	1,27	1,32
Razón Ácida (veces)	0,50	0,53	0,59	0,65	0,66	0,66	0,65	0,65	0,64	0,65	0,68
Rotación de Inventarios (veces)	4,80	4,91	4,90	4,92	4,87	4,87	4,85	4,76	4,83	4,87	4,83
Promedio Días de Inventarios (días)	76,12	74,39	74,41	74,26	74,95	75,00	75,31	76,73	75,53	75,00	75,54
Rotación de Cuentas por Cobrar (veces)	18,98	18,65	18,90	18,87	18,14	17,57	15,81	14,69	13,74	13,00	12,84
Promedio Días de Cuentas por Cobrar (días)	19,23	19,57	19,31	19,34	20,12	20,77	23,09	24,84	26,57	28,08	28,43
Rotación de Cuentas por Pagar (veces)	6,64	6,46	6,33	6,25	6,30	6,30	6,24	6,31	6,36	6,43	6,45
Promedio Días de Cuentas por Pagar (días)	54,94	56,50	57,67	58,42	57,96	57,90	58,48	57,81	57,40	56,78	56,61
Diferencia de Días (días)	35,71	36,93	38,35	39,08	37,84	37,12	35,39	32,97	30,83	28,70	28,18
Ciclo Económico (días)	40,40	37,46	36,06	35,18	37,11	37,87	39,92	43,76	44,71	46,30	47,36
2.- ENDEUDAMIENTO											
Endeudamiento (veces)	0,54	0,52	0,49	0,49	0,50	0,51	0,53	0,54	0,54	0,55	0,55
Pasivo Exigible sobre Patrimonio (veces)	1,17	1,06	0,97	0,95	1,00	1,04	1,14	1,15	1,18	1,22	1,21
Pasivo Corto Plazo a Largo Plazo (veces)	4,67	7,18	6,70	6,38	6,42	6,42	6,85	7,08	7,72	6,31	5,18
Período Pago de Deuda Financiera (veces)	2,20	1,74	1,25	0,95	0,89	0,85	0,86	0,93	1,04	1,12	1,15
EBITDA sobre Deuda Financiera (veces)	0,45	0,57	0,80	1,05	1,12	1,18	1,17	1,07	0,96	0,89	0,87
Porción Relativa Bancos y Bonos (%)	46,1%	40,9%	35,4%	29,4%	28,9%	28,1%	27,5%	28,5%	30,4%	32,3%	33,9%
Deuda Relacionada sobre Pasivos (%)	4,4%	4,3%	3,8%	5,0%	5,2%	5,3%	7,1%	7,6%	7,1%	7,0%	5,7%
Veces que se gana el Interés (veces)	5,42	7,26	9,92	13,29	14,94	17,20	17,01	18,02	17,29	16,56	17,32
3.- RENTABILIDAD											
Margen Bruto (%)	25,4%	25,5%	26,1%	26,2%	26,7%	27,0%	26,9%	27,0%	26,8%	26,6%	26,7%
Margen Neto (%)	4,3%	4,5%	5,1%	5,4%	5,4%	5,4%	5,0%	4,8%	4,7%	4,6%	4,7%
Rotación del Activo (%) *	192,4%	200,7%	210,1%	223,0%	229,5%	236,7%	240,0%	236,4%	235,1%	232,9%	231,8%
Rentabilidad Total del Activo (%) *	8,3%	8,9%	10,8%	12,0%	12,4%	12,7%	12,1%	11,3%	11,0%	10,7%	10,8%
Rentabilidad Total del Activo (%)	8,3%	8,9%	10,8%	12,0%	12,4%	12,7%	12,1%	11,3%	11,0%	10,7%	10,8%
Inversión de Capital (%)	0,14	0,14	0,15	0,19	0,22	0,26	0,30	0,30	0,31	0,32	0,33
Ingresos por Capital de Trabajo (veces)	24,62	21,47	14,85	11,96	11,62	11,37	11,81	11,61	12,14	11,71	10,66
Rentabilidad Operacional (%)	16,9%	17,0%	18,7%	18,4%	18,9%	18,8%	18,1%	17,2%	16,3%	16,2%	16,5%
Rentabilidad Sobre Patrimonio (%)	18,0%	18,5%	21,3%	23,4%	24,7%	26,0%	25,9%	24,4%	24,1%	23,8%	23,9%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. dsctada.) (%)	73,9%	73,7%	73,1%	72,9%	72,4%	72,0%	72,1%	72,0%	72,2%	72,4%	72,3%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. sin dsctar.) (%)	74,6%	74,5%	73,9%	73,8%	73,3%	73,0%	73,1%	73,0%	73,2%	73,4%	73,3%
Gtos. Adm. y Vta. sobre Ing. de Exp. (%)	20,2%	20,3%	20,3%	20,4%	20,6%	20,9%	20,8%	21,1%	21,1%	20,9%	20,8%
ROCE (Return Over Capital Employed) (%)	21,4%	21,7%	23,8%	25,1%	27,9%	29,9%	31,4%	30,2%	29,0%	29,5%	30,2%
E.B.I.T.D.A. a Ingresos	5,9%	6,0%	6,6%	6,7%	7,1%	7,2%	7,1%	6,9%	6,7%	6,8%	7,0%
4.- OTROS INDICADORES											
Ctas. X Cob. Emp. Relac. sobre Patrimonio (%)	82,4%	72,7%	64,0%	52,8%	48,5%	43,5%	37,5%	35,7%	33,5%	32,4%	31,5%
Terrenos sobre Pasivos Totales (%)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
Invers. Valor Patrim. Proporción sobre Activos (%)	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%
Capital sobre Patrimonio (%)	135,7%	130,6%	126,4%	129,0%	131,8%	134,4%	135,9%	128,8%	123,9%	120,2%	115,9%

³ Los indicadores son generados a partir de información pública disponible en la Superintendencia de Valores y Seguros y corresponden a años móviles. La metodología de cálculo de los indicadores se encuentra disponible en nuestra página web: www.humphreys.cl