



Sodimac S.A.¹

Agosto 2005

Categoría de Riesgo y Contacto

| Tipo de Instrumento | Categoría | Contactos | |
|-------------------------------|---------------------|--------------------|---|
| Bonos | A+ | Socio Responsable | Alejandro Sierra M. |
| Perspectivas de Clasificación | Favorable | Gerente a Cargo | Aldo Reyes D. |
| Otros Instrumentos | | Analista | Harold Momberg R. |
| | | Teléfono | 56 - 2 - 204 7315 |
| | | Fax | 56 - 2 - 223 4937 |
| EEFF base | 30 de Junio de 2005 | Correo Electrónico | ratings@humphreys.cl |
| | | Sitio Web | http://www.moodyschile.cl |
| | | Tipo de Reseña | Informe Anual |

Datos Financieros

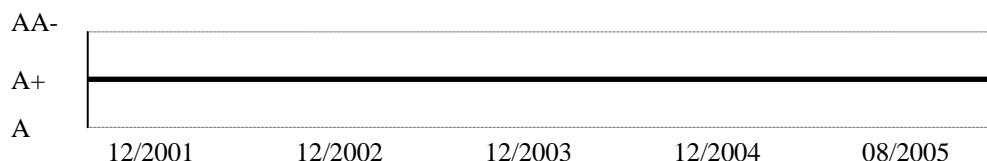
| Instrumento | BSODI-B | BSODI-C |
|--|---|--------------|
| Prepagable | Abr-05 | Oct-10 |
| Por Amortizar | UF 2.500.000 | UF 1.200.000 |
| Tasa de Carátula | 6% anual | 6% anual |
| | Endeudamiento (2,5 veces máx.) | 1,2 veces |
| Covenants (*) | Endeudamiento Ajustado (1,5 veces máx.) | 1,0 veces |
| | Cobertura Gastos Financieros (3,0 veces mín.) | 4,5 veces |
| Duration (años) al inicio de devengo de intereses | 4,4 | 10,48 |
| Duration Modificada (años) al inicio de devengo de intereses | 4,15 | 9,88 |
| Inicio de devengo de intereses | Abr-01 | Abr-01 |
| Vencimiento | Abr-06 | Abr-22 |

(*) A Junio de 2005

Número y Fecha de Inscripción de Emisiones Vigentes

| | |
|---------------------------|--------------------|
| Bono Serie B1, B2, C1, C2 | Nº 252 de 10.05.01 |
|---------------------------|--------------------|

Clasificación Histórica Bonos



¹ Moody's Investors Service, Inc. ("Moody's") owns a minority interest in Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada ("Humphreys") and does not control the management or ratings activity of Humphreys. Moody's is not responsible or liable in any way for any ratings issued by Humphreys. Unless otherwise specified, Moody's is not responsible for any research or other information provided by Humphreys.



Estado de Resultados Consolidado

| Cifras en MM de Pesos Corrientes | Año 2000 | Año 2001 | Año 2002 | Año 2003 | Año 2004 | Junio 2005 (*) |
|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------|
| Ingreso Operacional | 390.853 | 438.764 | 453.726 | 491.025 | 592.481 | 322.681 |
| Costo Explotación | -280.419 | -310.773 | -316.933 | -345.710 | -446.945 | -241.875 |
| Gasto Admin. y Venta | -87.922 | -99.021 | -105.803 | -113.274 | -117.973 | -63.443 |
| Resultado Operacional | 22.512 | 28.970 | 30.990 | 32.041 | 27.564 | 17.364 |
| Resultado No Operacional | -8.204 | -7.988 | -7.033 | -7.678 | -5.974 | -2.774 |
| Utilidad Neta | 13.410 | 17.330 | 20.137 | 20.269 | 22.246 | 15.341 |

(*) A Junio de 2005

Balance General Consolidado

| Cifras en Mm de Pesos Corrientes | Año 2000 | Año 2001 | Año 2002 | Año 2003 | Año 2004 | Junio 2005 (*) |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| Activo Circulante | 160.501 | 167.792 | 185.809 | 198.295 | 181.608 | 170.401 |
| Activo Fijo | 49.717 | 60.542 | 73.188 | 98.221 | 19.874 | 19.989 |
| Otros Activos | 10.090 | 11.236 | 9.343 | 9.484 | 151.503 | 151.122 |
| Total Activos | 220.309 | 239.570 | 268.339 | 306.001 | 352.985 | 341.512 |
| Pasivo Circulante | 116.893 | 89.921 | 108.110 | 126.289 | 148.762 | 165.692 |
| Pasivo Largo Plazo | 31.907 | 67.213 | 65.888 | 79.626 | 64.741 | 21.020 |
| Interés Minoritario | 115 | 54 | 63 | 172 | 0 | 0 |
| Patrimonio | 71.395 | 82.381 | 94.278 | 99.914 | 139.482 | 154.800 |
| Total Pasivos | 220.309 | 239.570 | 268.339 | 306.001 | 352.985 | 341.512 |

(*) A Junio de 2005

Opinión

Fundamento de la Clasificación

Sodimac S.A. es una empresa que se dedica a la intermediación en artículos de construcción y mejora del hogar, tanto a nivel local como internacional (cuenta con operaciones en Colombia). Sus operaciones tienen 3 mercados: el retail propiamente tal, en locales tipo *Homecenter*, donde se atiende a clientes minoritarios (residenciales en su mayoría), y que representa la principal fuente de ingresos y márgenes de la compañía; a nivel de construcción, con sus locales Sodimac Constructor, donde se atiende a clientes de la construcción, y se favorecen los precios y volúmenes, siendo enfocado principalmente a la venta de materiales para la construcción. Finalmente, atiende en cuatro oficinas a grandes empresas de la construcción, rubro del cual obtiene bajos márgenes, a cambio de volúmenes importantes para así poder negociar precios para sus otros segmentos.

Las fortalezas de **Sodimac S.A.**, que sirven de fundamento para la clasificación de riesgo de sus títulos de deuda en *Categoría A+*, son:

- El fuerte liderazgo que la compañía ostenta en el mercado: elevada participación en términos de ventas (cerca al 25%), la extensa, y a la vez creciente red de sucursales, además de una clara identificación por parte de los consumidores;
- El apoyo de Falabella como controlador del emisor, grupo económico con presencia internacional y con amplia trayectoria y prestigio a nivel local;
- La capacidad de gestión mostrada por la administración ante escenarios adversos (períodos recesivos y surgimiento de nuevos competidores de relevancia);



-
- El prepago del Bono Serie B (BSODI-B), anunciado para Octubre del presente año, generado con flujos fuera de la operación, por lo que el *EBITDA* no se vería afectado. La capacidad de pago se mantiene inalterada ante este hecho, por lo que se debe pagar menos a futuro con los mismos flujos (en un escenario conservador).

Desde otra perspectiva, la categoría de riesgo asignada se encuentra contraída, principalmente, por el nivel de endeudamiento que presenta la compañía (dado el sector en donde opera y el tipo de negocio desarrollado) y por los cambios que pudiere experimentar la industria como consecuencia de las características actuales de la competencia. En este último aspecto destacan las inversiones que está llevando a cabo su principal competidor y la necesidad de éste de aumentar su participación de mercado. Además, no se puede descartar la entrada de nuevos operadores internacionales al mercado local. Por otra parte, se estima que la expansión de la industria mediante sistemas de comercialización basados en formatos de salones de exposición, así como la eventual desintermediación de los mercados, aumentarán las exigencias y desafíos futuros de la empresa. Las perspectivas de la clasificación se estiman *Favorables*² a futuro. La razón de esta tendencia es el anuncio a través de un Hecho Esencial enviado a la Superintendencia de Valores y Seguros con Fecha 29 de Junio de 2005, en el cual se explicita el prepago de la serie B, a realizarse el 15 de Octubre del presente año, además de la consolidación de los resultados positivos, tendencia que pareciera estar definida.

Hechos Relevantes Recientes

Reestructuración empresarial a nivel de grupo: A los sucesos de octubre de 2003, donde se fusionó Sodimac con Falabella, se le agregan divisiones, absorciones y cambios de razón social durante el año 2004. Así, el 30 de abril del 2004, se materializó la división de Sodimac S.A. (Rut 94.479.000-4) en tres compañías: Sodimac Uno S.A. (continuadora del *retail*), Sodimac Dos S.A. (hoy Rentas Falabella S.A. encargada del negocio inmobiliario) y Sodimac Tres S.A. (sociedad de inversiones). Simultáneamente Sodimac Uno S.A. es absorbida por Homestore S.A. y se renombra a la empresa como Sodimac S.A., la cual tiene el Rut de la ex – Homestore (96.792.430-K). Es la actual Sodimac S.A. la responsable del pago de los bonos emitidos por la sociedad previo a la reestructuración. Sin embargo, Rentas Falabella S.A. y Sodimac Tres S.A. son **responsables solidarias** en el pago de dichas obligaciones, lo cual constituye un hecho relevante en la asignación de clasificación.

Prepago de Bono serie B: Con fecha 29 de Junio de 2005, SODIMAC S.A. compromete a través de un comunicado a la Superintendencia de Valores y Seguros el prepago del bono serie B, a realizarse en Octubre (próxima fecha de pago de intereses).

Definición Categoría de Riesgo

Categoría A

Corresponde a aquellos instrumentos con una buena capacidad de 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 que pertenece o en la economía.

² Corresponde a aquellos instrumentos que presentan una alta probabilidad que su clasificación varíe en forma positiva a futuro.



(+) Corresponde a aquellos títulos de deuda con un menor riesgo relativo dentro de su categoría.

Oportunidades y Fortalezas

Posición de Mercado y Reconocimiento de Marca: La compañía presenta un claro liderazgo en el mercado chileno, en especial en los segmentos de *retail* y de venta a constructoras pequeñas y medianas, donde controla alrededor de un 25% del mercado. Este liderazgo, se ve reforzado por la diferencia significativa entre el nivel de ventas de la compañía y la participación individual de los restantes competidores. Para este logro, han sido de gran importancia las marcas "**Homecenter**" y "**Sodimac**", las que se encuentran fuertemente posicionadas en sus respectivos mercados y son ampliamente reconocidas por los consumidores, quienes asocian fuertemente el término *homecenter* a **Sodimac**.

Buena Capacidad de Gestión: **Sodimac** ha sabido desarrollarse en escenarios desfavorables como la entrada de competidores fuertes a nivel internacional, la crisis de 1998-1999 y las reestructuraciones del último par de años. Por otro lado, su amplia red de proveedores y la existencia de alternativas a ellos, han asegurado un abastecimiento adecuado que ha permitido ofrecer a sus clientes una amplia gama de productos. Ello, sumado a su capacidad logística en cuanto a sistemas de apoyo para el manejo de inventarios, control de productos, despacho de pedidos, transportes y otras materias propias de su giro, le ha permitido a la compañía aumentar sus ventas manteniendo un adecuado nivel de rentabilidad.

Respaldo de S.A.C.I. Falabella: El impacto de Falabella en Sodimac se da en el efecto tamaño del primero, además de 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 poco más del 37% de las ventas se realizan a través de las tarjetas CMR o Sodimac (ésta última administrada por Sodimac Tres S.A.).

Factores de Riesgo

Intensificación de la Competencia Directa y de Sustitutos: El grupo Cencosud, dueño del principal competidor de **Sodimac** (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. 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.

Demandas Sensibles: 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, en especial cuando se trata de productos prescindibles.



Contratos de Arriendos: Un porcentaje significativo de los locales de venta está situado en terrenos arrendados a terceros. Si bien, en todos ellos se mantienen contratos de largo plazo, éstos no están exentos a que el arrendador les ponga término anticipadamente y que existan controversias en cuanto a las compensaciones que implicaría dicha medida. Por otra parte, estos mismos contratos restan flexibilidad al emisor para cerrar puntos de ventas cuando existen descensos importantes en los niveles de rentabilidad.

Exposición Cambiaria: Parte importante de las compras del emisor es en dólares, situación que hace sensible a la empresa ante fluctuaciones en las paridades cambiarias. En general, la compañía ha mantenido cubierto un porcentaje de sus importaciones con seguros de cambio.

Antecedentes Generales

Sodimac S.A. (Rut 96.792.430-K) se creó el 30 de abril de 2004 con la absorción de Sodimac Uno S.A. por parte de Homestore S.A. A su vez, Sodimac Uno S.A. nació de la división de Sodimac S.A. (Rut 94.479.000-4), la cual se había constituido por escritura pública en octubre de 1982 y era la sucesora comercial de Cooperativa Sodimac Ltda., empresa dedicada a la distribución de materiales para la construcción fundada en el año 1952.

Aspectos destacables en el desarrollo de las sociedades que han llevado el nombre Sodimac, como el inicio de operaciones en Colombia (1994) y la emisión de la tarjeta de crédito Sodimac, hoy se administran a través de otras sociedades. Sin embargo, la introducción en el país del concepto "Homecenter" (1988), es un hito del cual hoy **Sodimac S.A.** obtiene amplios beneficios.

Activos Relevantes

En el negocio de *Home Improvement*, un activo esencial es tamaño y la ubicación de los puntos de venta, por lo que permanentemente se invierten recursos en la incorporación de nuevos locales y en la remodelación de los ya existentes.

Con la inauguración de Constructor de Villarrica en febrero de 2004, cuya sala de ventas alcanza los 5.289 m², la compañía totalizó una superficie de ventas de 427.117 m² distribuidos en 54 locales a lo largo de Chile, los cuales se detallan en el Anexo nº 1.

Líneas de Negocios

La sociedad resultante luego de la reestructuración empresarial, que implicó dejar en otras sociedades las actividades diferentes al *retail* e incorporar las actividades de Homestore S.A., logró concentrar todo el negocio de *Home Improvement* en una sola entidad. Esta actividad la desarrolla a través de tres unidades de negocios: Ventas a Empresas, Sodimac Constructor y Tiendas *Homecenter*.

Ventas a Empresas

Esta unidad, orientada a la atención de grandes clientes, cuenta con cuatro oficinas en las ciudades de Antofagasta, Viña del Mar, Santiago y Concepción, los cuales ofrecen un servicio de cobertura en todo el territorio nacional.

Si bien este segmento del mercado no es el de mayor relevancia en términos de ingresos y presenta márgenes de comercialización comparativamente reducidos, su existencia permite



incrementar los volúmenes de compra de la compañía y con ello su posición negociadora con los proveedores. En todo caso, para el futuro se debiera esperar una baja sistemática en la importancia de este canal de venta.

Sodimac Constructor

Con 34 locales a lo largo de Chile, Sodimac Constructor es el área de negocios diseñada específicamente para la atención de contratistas, constructores independientes y pequeñas empresas del área de la construcción.

Dentro de este segmento destaca el formato constructor, cuya principal característica dice relación con la existencia de circuitos diseñados para ser transitados en vehículos, permitiendo la carga inmediata de materiales y el pago de las compras al momento de salir de los recintos.

Tiendas Homecenter

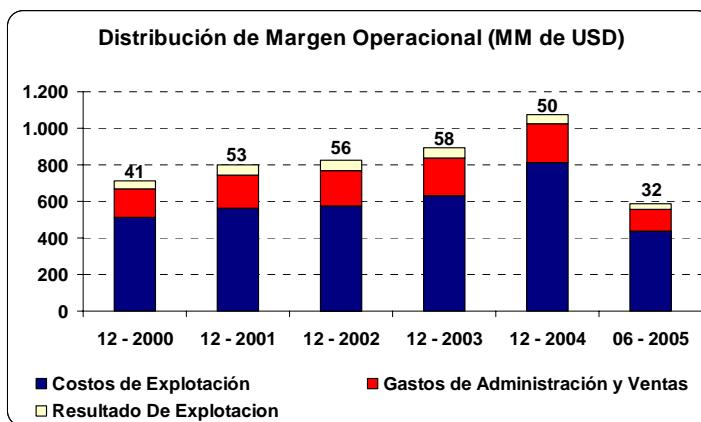
El formato *Homecenter* está orientado a la satisfacción de las necesidades relacionadas con el mejoramiento del hogar y es la principal fuente de ingresos para **Sodimac**. Sus márgenes han sido decrecientes en el tiempo, pero elevados en relación con otras unidades de negocios de la compañía.

Evolución Financiera de la Sociedad

Ingresos y Resultado Operacional

Las barras del próximo gráfico muestran los ingresos operacionales de **Sodimac** distribuidos en Costos, Gastos y Resultado Operacional. Las cifras sobre las barras indican el resultado operacional del ejercicio respectivo.

Como se puede apreciar en el gráfico, los ingresos han crecido sostenible y permanentemente luego de la crisis de 1998. El 2004 parece haberse consolidado la compra de Falabella realizado el 2003, a través de un salto importante en las ventas.



Los márgenes más importantes se produjeron el 2002, con un 6.8% de margen sobre las ventas totales. En cuanto a las ventas, las más altas se dieron durante el 2004, alcanzando los 1077 millones de dólares, logrando el mínimo de Gastos de Administración y Ventas sobre las Ventas, que llegó a tan sólo el 19.9%. Los resultados para el año corriente se auguran del orden de 60 millones de dólares, usando criterio conservador, y de la misma forma, ingresos por 1100 millones de dólares. Los resultados durante el 2003, donde se creció un 8% en los ingresos de explotación y sólo 3% en el resultado operacional, se explican por la agresiva campaña de precios bajos iniciada

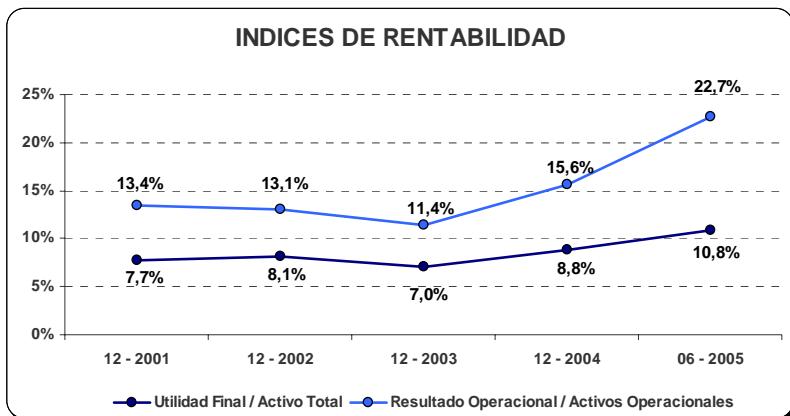
en abril de 2003. Sin embargo, los Gastos de Administración y Ventas, que incluyeron unos 3 millones de dólares atribuibles a la fusión con Falabella durante el 2003, mostraron una mejoría en la eficiencia respecto de 2002 al disminuir 0,2 puntos porcentuales como proporción de los ingresos. Cabe destacar que hasta la fusión con S.A.C.I. Falabella, Sodimac administraba su propio negocio financiero. Posterior a este hecho, Sodimac ha delegado estas funciones a CMR de Falabella, dejando las ventas a crédito, y los ingresos adicionales que este genera a su matriz. Por ende, los resultados hasta Abril de 2004 incluyen los beneficios del negocio financiero, beneficio que ha sido dejado de lado en los estados financieros de ahí en adelante. Por ello, aún más destacable es el desempeño de Sodimac en los últimos meses, debido a que ha dejado de lado un negocio con enorme potencial para dejárselo a su matriz, y aún así se las ha arreglado para obtener crecimientos importantes.

La eficiencia más importante lograda por Sodimac se dio durante el 2004, donde se consiguió un aumento del 20% en las ventas, a costa de un aumento de tan sólo el 7% en los costos de explotación. Incluso se logró disminuir los gastos de administración y ventas en un 13.7%, en gran medida, gracias al ahorro producido por la reducción de la planilla de personal.

Rentabilidad

En cuanto a la rentabilidad de la empresa, los antecedentes muestran una tendencia positiva a partir del año 1999 y un nivel adecuado para los años siguientes.

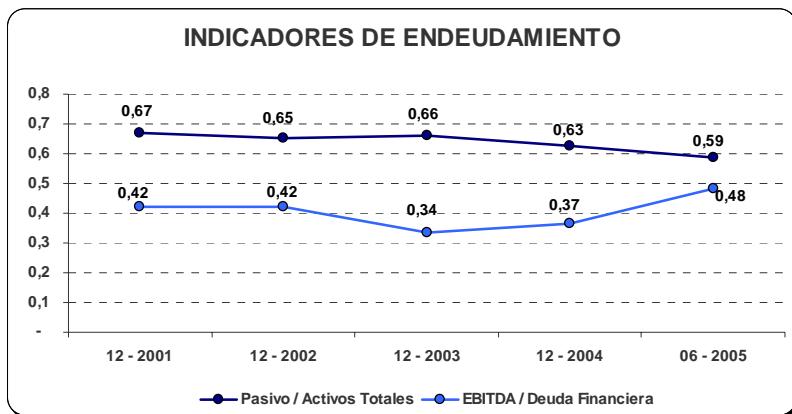
El aumento de las rentabilidades entre los ejercicios a Diciembre de 2003 y 2004 tiene marcada relevancia si se considera que el año 2004 fue un año de cambios significativos en la empresa, cambios que requieren de un período de aprendizaje y ajuste, el cual ha sido, a juicio de **Humphreys**, menor a lo esperado. Además, estos índices presentan mejoras crecientes para el 2005.



Endeudamiento

En cuanto a los niveles de endeudamiento, se observa una tendencia estable a la baja, mientras que la operación le permite a Sodimac solventar su deuda financiera en 2 años. Es más, se espera una mejora considerable tras el prepago del Bono BSODI-B a realizarse en Octubre. Sodimac

presenta niveles sanos de endeudamiento, por sobre la industria, y con perspectivas de mejora en el tiempo.



En cuanto a la composición de la deuda financiera a Junio de 2005, el 78% corresponde a obligaciones de corto plazo, mientras que el 22% restante se estructura a más de 1 año. Estos porcentajes esperan un cambio radical en su composición tras el prepago de Octubre. La importante variación en la composición de la deuda con respecto al cierre del 2004 se debe a que la deuda se activa al corto plazo, por el vencimiento del mencionado bono, que representa pagos por 80 millones de dólares (amortización única de 2,5 millones de UF).

Antecedentes del Mercado

Homecenter

El mercado de distribución de productos para el mejoramiento y mantenimiento del hogar y materiales para la construcción, se estima del orden de los US\$ 3.700 millones anuales y ha presentado en los últimos diez años, salvo en 1998 y 1999 en que hubo una contracción en las ventas, tasas de crecimiento entre un 5% y un 10% anual.

Dentro del total de ventas de la industria, se estima que alrededor del 45% se orienta al abastecimiento de nuevas obras (grandes clientes) y el resto a reparación, mantenimiento y mejoramiento de construcciones, sobretodo a través de ventas al detalle.

Este mercado es altamente atomizado en términos de demanda, en especial en el segmento relativo a reparaciones, mantenimiento y mejoramiento. No obstante, en lo que respecta al rubro asociado a nuevas obras, se pueden identificar algunos agentes relevantes en cuanto a volúmenes de compra.

En cuanto a la oferta, se distingue una amplia gama de proveedores, muchos de ellos especializados y/o de muy baja importancia relativa a nivel global.

Sodimac se ha posicionado como el líder del mercado, ello gracias a su relevante participación en el segmento de ventas al detalle y de ventas a empresas medianas y pequeñas, con una participación estimada de un 17,5% del mercado de materiales para la construcción y el hogar.



Propiedad

Al 30 de Junio de 2005 la propiedad de la sociedad se distribuye en dos sociedades: Home Trading S.A. con prácticamente el 100% de la propiedad (22.132.569.422 acciones pagadas) Ventas y Servicios Generales Venser Ltda. (251 acciones pagadas), ambas de propiedad de Falabella S.A.I.C.

Resultados Globales a Junio de 2005

Entre Enero y Junio de 2005, la empresa generó ingresos de explotación por MM\$ 322.680 (más de 557 millones de dólares³), lo que representó un crecimiento real de 9,56% con respecto a igual período del año anterior.

En el mismo período, los costos de explotación alcanzaron un monto de MM\$ 241.875, lo que significó un crecimiento real de 9,25% con respecto a los dos primeros trimestres del año 2004 y representó 74,96% de los ingresos operacionales (75,17% a Junio de 2004).

Los gastos de administración y venta sumaron MM\$ 63.443 durante los seis primeros meses de 2005, lo que comparado con los MM\$ 58.637 de igual período de 2004, implicó un aumento del 8,2%.

El resultado de operación de este periodo ascendió a MM\$ 17.364 y el resultado final del ejercicio a una utilidad de MM\$ 15.341. Esto representó un crecimiento real de 19,74% y 33,95% con respecto a igual período de 2004, respectivamente.

"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".

³ Dólar observado al 30 de Junio de 2005: \$578,92 por dólar.



Anexo

| Locales Zona Norte de Chile | | Locales Zona Centro de Chile | |
|-----------------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|
| Locales | Línea | Locales | Línea |
| Arica | Homecenter Sodimac | Reñaca | Sodimac Constructor |
| Iquique | Homecenter Sodimac | Viña del Mar | Sodimac Constructor |
| Calama | Homecenter Sodimac | Viña del Mar | Homecenter Sodimac |
| Antofagasta | Sodimac Constructor | Viña del Mar | Sodimac Empresas |
| Antofagasta | Homecenter Sodimac | Belloto | Homecenter Sodimac |
| Antofagasta | Sodimac Empresas | Valparaíso | Sodimac |
| Copiapó | Homecenter Sodimac | Las Condes | Homecenter Sodimac |
| Vallenar | Sodimac Constructor | Las Condes | Sodimac Constructor |
| La Serena | Homecenter Sodimac | Huechuraba | Sodimac Constructor |
| San Felipe | Sodimac | Maipú | Homecenter Sodimac |
| | | Maipú | Sodimac Constructor |
| | | Renca | Sodimac Empresas |
| | | San Miguel | Homecenter Sodimac |
| | | Ñuñoa - La Reina | Homecenter Sodimac |
| | | Ñuñoa - La Reina | Sodimac Constructor |
| | | La Florida | Homecenter Sodimac |
| | | La Florida | Sodimac Constructor |
| | | Peñalolén | Homecenter Sodimac |
| | | Peñalolén | Sodimac Constructor |
| | | Puente Alto | Homecenter Sodimac |
| | | Puente Alto | Sodimac Constructor |
| | | Rancagua | Homecenter Sodimac |
| | | Rancagua | Sodimac |
| | | Curicó | Sodimac |
| | | Talca | Homecenter Sodimac |
| Locales Zona Sur de Chile | | Locales en Colombia | |
| Locales | Línea | Locales | Línea |
| Chillán | Sodimac | El Dorado (Bogotá) | Homecenter |
| Concepción | Homecenter Sodimac | Las Américas (Bogotá) | Homecenter |
| Concepción | Homecenter Sodimac | Calle 80 (Bogotá) | Homecenter |
| Talcahuano | Sodimac Constructor | Medellín | Homecenter |
| Talcahuano | Sodimac Empresas | Autopista Norte (Bogotá) | Homecenter |
| Los Angeles | Homecenter Sodimac | Av. 68 Sur (Bogotá) | Homecenter |
| Angol | Sodimac | | |
| Temuco | Homecenter Sodimac | | |
| Temuco | Homecenter Sodimac | | |
| Temuco | Sodimac Constructor | | |
| Villarrica | Sodimac | | |
| Valdivia | Homecenter Sodimac | | |
| Osorno | Sodimac | | |
| Puerto Montt | Homecenter Sodimac | | |
| Castro | Sodimac | | |
| Cohaique | Sodimac | | |
| Punta Arenas | Sodimac | | |



| | 06 - 2002 | 09 - 2002 | 12 - 2002 | 03 - 2003 | 06 - 2003 | 09 - 2003 | 12 - 2003 | 03 - 2004 | 06 - 2004 | 09 - 2004 | 12 - 2004 | 03 - 2005 | 06 - 2005 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1.- LIQUIDEZ | | | | | | | | | | | | | |
| Líquidez (veces) | 1,45 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,45 | 1,45 | 1,45 | 1,46 | 1,48 | 1,39 | 1,34 | 1,32 | 1,34 |
| Razón Circulante (Veces) | 1,85 | 1,85 | 1,81 | 1,85 | 1,83 | 1,77 | 1,73 | 1,61 | 1,57 | 1,40 | 1,29 | 1,24 | 1,18 |
| Razón Circ. (s/CxC a Emp. Relac.) (veces) | 1,83 | 1,83 | 1,79 | 1,84 | 1,81 | 1,76 | 1,70 | 1,56 | 1,51 | 1,29 | 1,14 | 1,07 | 1,02 |
| Razón Ácida (veces) | 1,11 | 1,11 | 1,06 | 1,06 | 1,03 | 0,99 | 0,99 | 0,95 | 0,94 | 0,77 | 0,62 | 0,52 | 0,49 |
| Rotación de Inventarios (veces) | 4,75 | 4,78 | 4,49 | 4,30 | 4,17 | 4,06 | 4,20 | 4,39 | 2,85 | 6,27 | 6,13 | 5,99 | 6,63 |
| Promedio Días de Inventarios (días) | 76,91 | 76,43 | 81,24 | 84,90 | 87,50 | 89,94 | 86,98 | 83,20 | 128,18 | 58,17 | 59,59 | 60,91 | 55,03 |
| Rotación de Cuentas por Cobrar (veces) | 5,44 | 5,38 | 5,29 | 5,26 | 5,23 | 5,14 | 5,14 | 5,43 | 3,52 | 10,28 | 15,21 | 24,06 | 26,80 |
| Promedio Días de Cuentas por Cobrar (días) | 67,06 | 67,84 | 69,01 | 69,35 | 69,85 | 70,99 | 70,98 | 67,20 | 103,70 | 35,51 | 24,00 | 15,17 | 13,62 |
| Rotación de Cuentas por Pagar (veces) | 5,93 | 6,10 | 5,89 | 5,87 | 5,94 | 5,96 | 6,19 | 6,24 | 3,97 | 8,81 | 8,85 | 8,88 | 9,85 |
| Promedio Días de Cuentas por Pagar (días) | 61,56 | 59,83 | 61,94 | 62,14 | 61,45 | 61,28 | 58,97 | 58,49 | 91,84 | 41,44 | 41,26 | 41,10 | 37,06 |
| Diferencia de Días (días) | -5,49 | -8,01 | -7,07 | -7,22 | -8,40 | -9,71 | -12,01 | -8,71 | -11,85 | 5,94 | 17,27 | 25,93 | 23,44 |
| Ciclo Económico (días) | 82,40 | 84,44 | 88,31 | 92,11 | 95,90 | 99,65 | 98,99 | 91,92 | 140,03 | 52,24 | 42,32 | 34,98 | 31,59 |
| 2.- ENDEUDAMIENTO | | | | | | | | | | | | | |
| Endeudamiento (veces) | 0,66 | 0,65 | 0,65 | 0,64 | 0,65 | 0,65 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,65 | 0,63 | 0,60 | 0,59 |
| Pasivo Exigible sobre Patrimonio (veces) | 1,95 | 1,89 | 1,87 | 1,80 | 1,83 | 1,89 | 1,94 | 1,97 | 1,96 | 1,85 | 1,68 | 1,52 | 1,43 |
| Pasivo Corto Plazo a Largo Plazo (veces) | 1,33 | 1,33 | 1,40 | 1,36 | 1,37 | 1,41 | 1,40 | 1,59 | 1,67 | 1,98 | 2,24 | 2,26 | 2,81 |
| Período Pago de Deuda Financiera (veces) | 2,25 | 2,24 | 2,38 | 2,41 | 2,62 | 2,82 | 2,98 | 3,00 | 4,77 | 2,77 | 2,73 | 2,70 | 2,07 |
| EBITDA sobre Deuda Financiera (veces) | 0,44 | 0,45 | 0,42 | 0,42 | 0,38 | 0,35 | 0,34 | 0,33 | 0,21 | 0,36 | 0,37 | 0,37 | 0,48 |
| Porción Relativa Bancos y Bonos (%) | 56,4% | 56,9% | 57,0% | 57,5% | 59,4% | 61,3% | 62,8% | 63,1% | 63,1% | 59,2% | 56,4% | 53,2% | 52,7% |
| Deuda Relacionada sobre Pasivos (%) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 0,1% | 0,5% | 1,0% | 1,3% | 3,4% | 4,3% | 5,1% | 5,0% |
| Veces que se gana el Interés (veces) | 3,91 | 4,16 | 4,38 | 4,84 | 4,92 | 4,32 | 3,65 | 3,66 | 2,93 | 2,99 | 3,66 | 3,55 | 4,14 |
| 3.- RENTABILIDAD | | | | | | | | | | | | | |
| Margen Bruto (%) | 29,8% | 30,1% | 30,1% | 29,9% | 29,4% | 29,4% | 29,6% | 29,9% | 30,7% | 26,8% | 24,6% | 23,4% | 24,7% |
| Margen Neto (%) | 4,3% | 4,4% | 4,4% | 4,6% | 4,5% | 4,4% | 4,1% | 4,4% | 3,9% | 3,3% | 3,8% | 3,7% | 4,1% |
| Rotación del Activo (%) * | 191,2% | 189,4% | 183,2% | 179,7% | 176,0% | 171,3% | 169,7% | 169,1% | 107,6% | 232,8% | 234,2% | 236,4% | 264,0% |
| Rentabilidad Total del Activo (%) * | 8,2% | 8,3% | 8,1% | 8,3% | 7,9% | 7,5% | 7,0% | 7,4% | 4,2% | 7,6% | 8,8% | 8,7% | 10,8% |
| Rentabilidad Total del Activo (%) | 8,2% | 8,3% | 8,1% | 8,3% | 7,9% | 7,5% | 7,0% | 7,4% | 4,2% | 7,6% | 8,8% | 8,7% | 10,8% |
| Inversión de Capital (%) | 0,76 | 0,76 | 0,77 | 0,77 | 0,80 | 0,84 | 0,89 | 0,94 | 0,95 | 0,65 | 0,37 | 0,14 | 0,14 |
| Ingresos por Capital de Trabajo (veces) | 5,93 | 5,96 | 5,93 | 5,68 | 5,70 | 5,80 | 6,05 | 6,85 | 4,58 | 13,56 | 18,74 | 23,46 | 33,12 |
| Rentabilidad Operacional (%) | 13,9% | 14,0% | 13,1% | 12,8% | 12,1% | 11,7% | 11,4% | 11,6% | 7,2% | 13,6% | 15,6% | 17,8% | 22,7% |
| Rentabilidad Sobre Patrimonio (%) | 24,2% | 23,9% | 23,4% | 23,2% | 22,4% | 21,8% | 20,6% | 22,0% | 12,5% | 21,8% | 23,6% | 22,0% | 26,3% |
| Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. dsctada.) (%) | 68,7% | 68,4% | 68,3% | 68,6% | 69,1% | 69,1% | 68,9% | 68,6% | 67,8% | 72,2% | 74,6% | 75,9% | 74,5% |
| Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. sin dsctar.) (%) | 70,2% | 69,9% | 69,9% | 70,1% | 70,6% | 70,6% | 70,4% | 70,1% | 69,3% | 73,2% | 75,4% | 76,6% | 75,3% |
| Gtos. Adm. y Vta. sobre Ing. de Exp. (%) | 22,8% | 23,0% | 23,3% | 23,0% | 22,8% | 22,8% | 23,1% | 23,3% | 24,2% | 21,9% | 19,9% | 19,1% | 19,8% |
| ROCE (Return Over Capital Employed) (%) | 39,2% | 38,7% | 35,9% | 34,4% | 32,9% | 32,6% | 32,6% | 33,2% | 20,7% | 32,1% | 29,2% | 25,8% | 31,4% |
| E.B.I.T.D.A. a Ingresos | 8,7% | 8,8% | 8,5% | 8,5% | 8,3% | 8,3% | 8,2% | 8,2% | 8,1% | 6,0% | 5,5% | 5,0% | 5,7% |
| 4.- OTROS INDICADORES | | | | | | | | | | | | | |
| Ctas. X Cob. Emp. Relac. sobre Patrimonio (%) | 4,2% | 4,3% | 3,7% | 2,9% | 2,4% | 1,6% | 3,3% | 5,9% | 7,2% | 46,8% | 77,6% | 101,5% | 98,0% |
| Terrenos sobre Pasivos Totales (%) | 8,9% | 9,5% | 10,0% | 10,4% | 10,6% | 11,1% | 11,9% | 12,9% | 13,3% | 8,8% | 4,5% | 0,0% | 0,0% |
| Invers. Valor Patrím. Proporción sobre Activos (%) | 1,0% | 1,0% | 1,1% | 1,2% | 1,2% | 1,3% | 1,4% | 1,5% | 1,5% | 1,1% | 0,6% | 0,1% | 0,1% |
| Capital sobre Patrimonio (%) | 58,5% | 56,4% | 54,5% | 51,2% | 49,6% | 48,3% | 47,6% | 46,8% | 46,1% | 89,5% | 123,9% | 152,0% | 147,6% |

Nota: Los Indicadores se generan a partir de información pública disponible en la Superintendencia de Valores y Seguros, y corresponden a años móviles.