

**SODIMAC S.A.**

**Febrero 2005**

**Categoría de Riesgo y Contacto<sup>1</sup>**

<b>Tipo de Instrumento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Contactos</b>	
Bonos	A+	Socio Responsable	Alejandro Sierra M.
Perspectivas de Clasificación	<i>Estable</i>	Gerente a Cargo	Aldo Reyes D.
Otros Instrumentos	No hay	Analista Teléfono Fax Correo Electrónico Sitio Web	Rossana Giacconi V. 56-2-204 7315 56-2-223 4937 <a href="mailto:ratings@humphreys.cl">ratings@humphreys.cl</a> <a href="http://www.moodyschile.cl">www.moodyschile.cl</a>
EEFF base	30 septiembre 2004	Tipo de Reseña	Informe Anual

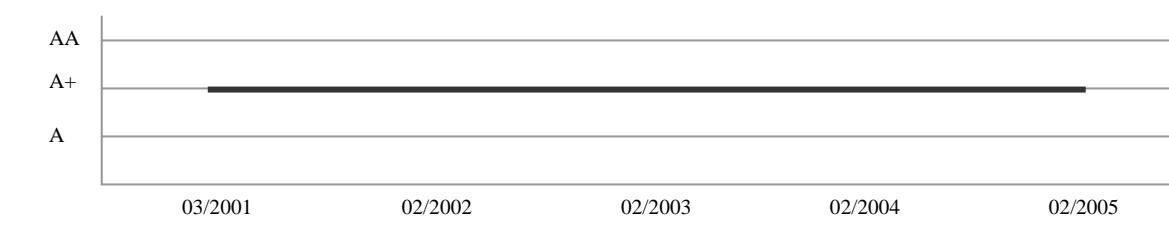
**Número y Fecha de Inscripción de Emisiones Vigentes**

Bono Series B1, B2, C1 y C2

Nº 252 de 10.05.01

**Clasificación Histórica**

**Bonos**



**Estado de Resultados Consolidado(\*)**

<b>Cifras en Millones de Pesos</b>	<b>Año 1999</b>	<b>Año 2000</b>	<b>Año 2001</b>	<b>Año 2002</b>	<b>Año 2003</b>	<b>Septiembre 2003(**)</b>	<b>Septiembre 2004(*)</b>
<b>Corrientes</b>							
<i>Ingreso Operacional</i>	289.136	352.418	407.765	434.156	474.321	405.514	421.902
<i>Costo Explotación</i>	204.923	252.843	288.817	303.263	333.950	306.965	314.436
<i>Gasto Admin. y Venta</i>	69.872	79.276	92.025	101.239	109.420	90.396	90.312
<i>Resultado Operacional</i>	14.341	20.299	26.923	29.654	30.951	8.153	17.154
<i>Resultado No Operacional</i>	(4.837)	(7.397)	(7.424)	(6.730)	7.416	(1.439)	(4.651)
<i>Utilidad Neta</i>	8.015	12.092	16.106	19.268	19.580	7.245	12.090

(\*) Estados financieros de septiembre 2004 corresponden a Sodimac S.A. individual después de la reestructuración de abril de 2004.

(\*\*) Cifras en moneda de septiembre de 2004 correspondientes a estados financieros proforma realizados después de la reestructuración para fines comparativos.

<sup>1</sup> 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.

### **Balance General Consolidado(\*)**

Cifras en Millones de Pesos	Año 1999	Año 2000	Año 2002	Año 2002	Año 2003	Septiembre 2003(**)	Septiembre 2004(*)
<i>Corrientes</i>							
Activo Circulante	119.598	144.718	155.937	177.794	191.550	205.143	183.020
Activo Fijo	39.043	44.828	56.265	70.031	94.880	14.245	18.176
Otros Activos	9.445	9.098	10.442	8.940	9.162	157.127	142.829
<b>Total Activos</b>	<b>168.087</b>	<b>198.644</b>	<b>222.644</b>	<b>256.765</b>	<b>295.592</b>	<b>376.515</b>	<b>344.025</b>
Pasivo Circulante	74.900	105.398	83.568	103.447	121.993	179.244	152.921
Pasivo Largo Plazo	38.459	28.769	62.465	63.046	76.917	76.810	63.634
Interés Minoritario	53	103	50	60	166	0	0
Patrimonio	54.675	64.374	76.561	90.212	96.515	120.461	127.470
<b>Total Pasivos</b>	<b>168.087</b>	<b>198.644</b>	<b>222.644</b>	<b>256.765</b>	<b>295.592</b>	<b>376.515</b>	<b>344.025</b>

(\*) Estados financieros de septiembre 2004 corresponden a Sodimac S.A. individual después de la reestructuración de abril de 2004.

(\*\*) Cifras en moneda de septiembre de 2004 correspondientes a estados financieros proforma realizados después de la reestructuración de XX de 2004 para fines comparativos.

### **Opinión**

#### *Fundamento de la Clasificación*

**Sodimac S.A.** es una empresa orientada a la comercialización de materiales para la construcción y equipamiento para el hogar; para ello opera en tres líneas de negocio: grandes empresas; empresas medianas y contratistas y; ventas al detalle (*retail*). Hasta el año 2004 participaba en el negocio financiero, a través de la administración de la tarjeta Sodimac, y en menor medida en el negocio inmobiliario.

Si bien Sodimac original (Rut 94.479.000-4) fue absorbida por Homestore S.A. (Rut 96.792.430-K) y, posteriormente, esta última adoptó el nombre de la primera, en términos operativos y comerciales la sociedad absorbente es la continuadora de la sociedad absorbida en todo lo relativo al negocio de distribución.

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, extensa red de sucursales y clara identificación por parte de los consumidores;
- Gestión exitosa a través del tiempo
- El apoyo de Falabella como controlador del emisor, grupo económico con presencia internacional y con amplia trayectoria y prestigio a nivel nacional;
- La capacidad de gestión mostrada por la administración ante escenarios adversos (períodos recesivos y surgimiento de nuevos competidores de relevancia).

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 destaca la inversión 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 futuras de la empresa.

---

Las perspectivas de la clasificación se estiman *Estables*<sup>2</sup> a futuro, principalmente porque no se visualizan cambios en factores de relevancia que incidan favorable o desfavorablemente en la clasificación de riesgo de la sociedad.

---

### ***Hechos Relevantes Recientes***

**Reestructuración empresarial a nivel de grupo:** A los sucesos de octubre de 2003, donde se Falabella tomó el control de **Sodimac**, se le agregan divisiones, absorciones y cambios de razón social durante el año 2004. Así, el 30 de abril último, 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 del mismo nombre previo a la reestructuración, sin embargo, Rentas Falabella S.A. y Sodimac Tres S.A. son responsables solidariamente en el pago de dichas obligaciones.

---

### ***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.

---

(+) 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 el 21% 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 controlador de la sociedad conforma un grupo económico con presencia internacional y con amplia trayectoria y prestigio a nivel nacional. Falabella, 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

---

<sup>2</sup> Corresponde a aquellos instrumentos que presentan una alta probabilidad que su clasificación no presente variaciones a futuro.

---

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.

Sin perjuicio de lo anterior, es importante destacar que independiente de los cambios legales, el actual responsable directo del pago de los bonos es **Sodimac S.A.** (Rut 96.792.430-K), sociedad que ha continuado con el negocio de venta de materiales para la construcción y equipamiento para el hogar en los mismos términos llevados a cabo por el Sodimac original (Rut 94.479.000-4), pero excluyendo el negocio financiero e inmobiliario y agregando los puntos de venta de Homestore S.A.

---

### **Puntos de Ventas**

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 m<sup>2</sup>, la compañía totalizó una superficie de ventas de 427.117 m<sup>2</sup> distribuidos en 54 locales a lo largo de Chile, los cuales se detallan en el Anexo.

### **Líneas de Negocio**

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. Actividad que el emisor desarrolla a través de tres unidades de negocios: Ventas a Empresas, Sodimac Constructor y Tiendas Homecenter.

**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 aproximada de 21% del mercado de materiales para la construcción y el hogar<sup>3</sup>.

#### **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 (10% de las ventas de **Sodimac**) 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 22 locales a lo largo de Chile, Sodimac Constructor es el área de negocio 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.

Esta unidad de negocio participa en un 25% de las ventas totales de **Sodimac**.

#### **Tiendas Homecenter**

El formato *Homecenter*, el cual está orientado a la satisfacción de las necesidades relacionadas con el mejoramiento del hogar, es la principal fuente de ingresos para **Sodimac** al representar las ventas por este concepto el 65% de las ventas totales del emisor. Sus márgenes han sido decrecientes en el tiempo, pero elevados en relación con otras unidades de negocios de la compañía.

<sup>3</sup> Fuente: Estimaciones de la empresa.

## Evolución Financiera de la Sociedad

### Ingresos y Resultado Operacional

Las barras del próximo gráfico muestran los ingresos operacionales de Sodimac distribuidos en resultado operacional y en la suma de costos y gastos operacionales. Las cifras sobre las barras indican el resultado operacional del ejercicio respectivo.

Como se puede apreciar en el gráfico, los ingresos han crecido permanentemente, con dos “saltos” destacables producidos consecutivamente después de finalizar la crisis de los años 1998-1999. En menor medida, también tuvo relevancia el aumento producido durante 2003, año en que Falabella adquirió el control de Sodimac.



Tanto en términos de ingresos como de resultados operacionales, las mayores alzas relativas y absolutas se produjeron en los años 2000 y 2001, después de la crisis de los años 1998-1999. Durante 2000, los ingresos y el resultado operacional se incrementaron en 16% y 35% respectivamente; en el año 2001 el crecimiento fue de 12% y 29%

En el año 2003 se observa una baja en la tasa de crecimiento; motivado básicamente por una agresiva campaña de precios iniciada en el mes de abril de dicho ejercicio. Dado ello los ingresos aumentaron en torno al 8% y el resultado operacional en cerca del 3%. Con todo, los gastos de administración y ventas –que incluyeron MM\$ 1.600 atribuibles a la fusión con Falabella– mostraron una mejoría en la eficiencia respecto de 2002 al disminuir 0,2 puntos porcentuales como proporción de los ingresos.

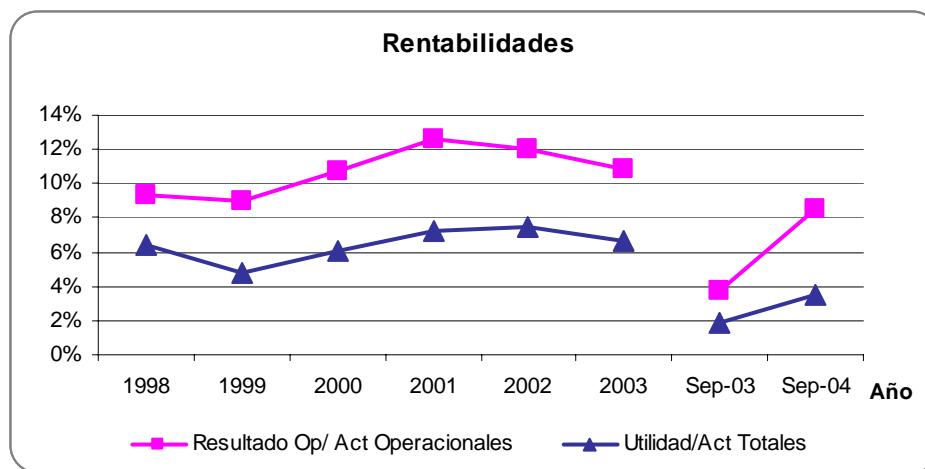
Para 2004, no obstante que los ingresos crecieron sólo 4% respecto al año anterior, el resultado operacional aumentó 110%, ello como consecuencia de mayores eficiencias derivadas de los últimos cambios que han afectado a la sociedad (fusión con Homestore e incorporación al grupo Falabella).

### 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 en que las rentabilidades disminuyen.

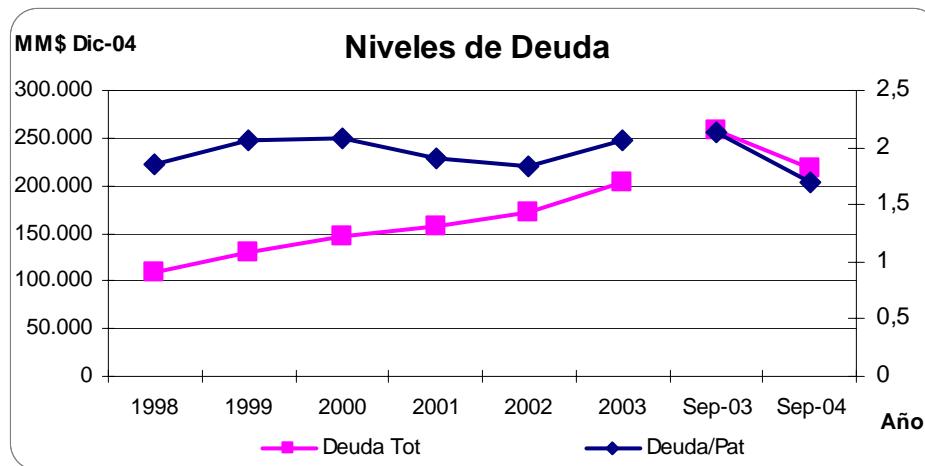
El aumento de las rentabilidades entre los ejercicios a septiembre de 2003 y 2004 tiene marcada relevancia si se considera que el año 2004 ha sido un año de cambios significativos en la empresa. Cambios que requieren de un período de aprendizaje y ajuste, el cual ha sido, a juicio de **Humphreys**, menor a lo esperado.

No hay que olvidar que la empresa comparada a septiembre de 2003 y 2004 (cuyos resultados no han sido anualizados), no es la misma que la de los ejercicios terminados en diciembre de cada año.



### Endeudamiento

Por otra parte, se puede apreciar que los resultados obtenidos por la empresa han ido aparejados a un aumento constante en el nivel de endeudamiento entre los años 1998 y 2003, mientras que el *leverage* se ha mantenido en torno a 1,97 veces, alcanzando un máximo de 2,08 veces en el año 2000 y un mínimo de 1,84 dos años más tarde.



En cuanto a la composición de la deuda a septiembre de 2004, el 71% correspondía a obligaciones de corto plazo, mientras que el 56% de la deuda total era deuda financiera, la cual se distribuía en un 54% en

obligaciones con los tenedores de bonos (principalmente a largo plazo) y en un 46% en obligaciones con bancos e instituciones financieras (completamente a corto plazo).

En cuanto al análisis comparativo de los ejercicios a septiembre de los dos últimos años, se observa una disminución relevante en los niveles de deuda. Así, la deuda total se redujo en MM\$ 39.499, principalmente a raíz de la disminución de MM\$ 20.074 en obligaciones con bancos e instituciones financieras en el corto plazo (por efecto de la reducción en las necesidades de financiamiento de capital de trabajo) y por la cancelación de documentos y cuentas por pagar a la empresa relacionada Falabella por un monto de MM\$ 11.416.

---

### **Antecedentes del Mercado**

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\$ 4.800 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.

Este mercado, en términos de demanda, es altamente atomizado, 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, mucho de ellos especializados y/o de muy baja importancia relativa a nivel global.

**Sodimac** es el líder del mercado, al contar con una participación cercana al 21% del segmento de ventas al detalle y de ventas a empresas medianas y pequeñas de materiales para la construcción y el hogar.

---

### **Propiedad**

Al 31 de diciembre de 2004 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 controladas por S.A.I.C. Falabella.

---

### **Resultados Globales a Septiembre 2004<sup>4</sup>**

Entre enero y septiembre de 2004, la empresa generó ingresos de explotación por MM\$ 421.902 (más de 695 millones de dólares<sup>5</sup>), lo que representó un crecimiento real de 4,04% con respecto a igual período del año anterior.

En el mismo período, los costos de explotación alcanzaron un monto de MM\$ 314.436, lo que significó un crecimiento real de 2,43% con respecto a los tres primeros trimestres del año 2003 y representó 74,53% de los ingresos operacionales (75,70% a septiembre de 2003).

---

<sup>4</sup> Todos los datos de este acápite se encuentran en moneda de septiembre de 2004. Las variaciones respecto a septiembre 2003 se han calculado en base a los estados financieros proforma de la sociedad actual como si ella hubiera existido un año atrás. Dichos estados financieros fueron realizados después de la reestructuración y no han sido auditados.

<sup>5</sup> Dólar observado al 30 de septiembre de 2004: \$606,96 por dólar.

Los gastos de administración y venta sumaron MM\$ 90.312 durante los nueve primeros meses de 2004, lo que comparado con los MM\$ 90.396 de igual período de 2003, implicó una despreciable disminución real de 0,09%.

El resultado de operación de este periodo ascendió a MM\$ 17.154 y el resultado final del ejercicio a una utilidad de MM\$ 12.090. Esto representó un crecimiento real de 110,41% y 66,87% con respecto a igual período de 2003, 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".*

## Anexo

### *Puntos de Venta y Superficie de Tiendas*

Sodimac cuenta con una superficie de ventas de 427.117 metros cuadrados, la cual considera el área frente a las cajas y las bodegas de las tiendas. Dicha superficie se distribuye en los 54 locales que se detallan a continuación.

Tienda	Superficie	Apertura	Tienda	Superficie	Apertura
HC Valdivia	6.252	Ene-82	Co Vicuña Mackenna	3.271	Ene-92
HC Temuco	9.129	Ene-82	Co Antofagasta	6.478	Ene-92
HC Talca	9.313	Ene-82	HC Viña del Mar	8.215	Oct-92
HC Pto. Montt	8.631	Ene-82	Co Cantagallo	6.302	Ene-93
HC Osorno	8.403	Ene-82	HC La Florida	9.063	Jul-93
HC Los Ángeles	5.197	Ene-82	HC Ñuñoa (Castillo Velasco)	5.587	Sep-93
HC La Serena	15.149	Ene-82	HC Rancagua	11.795	Nov-95
HC Iquique	5.314	Ene-82	HC SS Puente Alto	11.552	Oct-96
HC Copiapó	5.969	Ene-82	Co SS Puente Alto	7.793	Oct-96
HC Calama	8.265	Ene-82	HC Quilpué	9.037	Nov-96
HC Arica	5.735	Ene-82	Co La Florida	7.365	Mar-97
HC Antofagasta	7.066	Ene-82	HC Maipú	17.685	Jul-98
Co Viña del Mar	4.880	Ene-82	So La Florida	14.158	Ago-98
Co Valparaíso	950	Ene-82	Co Huechuraba	5.972	Ago-98
Co Vallenar	3.882	Ene-82	HC El Trebol	17.163	Nov-98
Co Talcahuano	1.953	Ene-82	So Cerrillos	12.427	Dic-98
Co San Felipe	3.922	Ene-82	Co Reñaca Alto	7.965	Dic-98
Co Rancagua	1.995	Ene-82	So Parque Arauco	12.028	Oct-99
Co Punta Arenas	3.468	Ene-82	So Concepción	10.881	Dic-99
Co Maipú	4.506	Ene-82	So La Reina	15.640	Abr-02
Co Curicó	3.322	Ene-82	So Ñuble	12.679	Ene-92
Co Coyhaique	1.589	Ene-82	HC San Miguel	16.523	Ene-92
Co Chillán	3.134	Ene-82	HC SS Nva. La Florida	14.310	Nov-02
Co Castro	492	Ene-82	Co SS Nva. La Florida	6.219	Nov-02
Co Angol	679	Ene-82	HC SS Temuco	14.866	Abr-03
HC Concepción	5.828	Jun-87	HC Huechuraba	11.506	Nov-03
HC Las Condes	9.690	Mar-88	Co Villarrica	5.923	Feb-04

Además, existen cuatro oficinas de Sodimac Venta Empresas en las ciudades de Antofagasta, Concepción, Santiago, y Viña del Mar.