



INFORME ANUAL 2002

CRECER



Perfil de la compañía Lowe's Companies, Inc. es un minorista dedicado a una línea completa de productos y equipos para mejoras en el hogar, cuyas ventas alcanzan los \$26,500 millones. A través de 854 tiendas ubicadas en 44 estados, la compañía atiende semanalmente a más de 8 millones de clientes entre los que se cuentan empresas y personas que realizan las tareas en su propio hogar. Lowe's, que fue nombrado el "Minorista de productos especiales más admirado" de 2002 por la revista FORTUNE, ocupa el segundo lugar en el mundo entre las empresas minoristas dedicadas a las mejoras en el hogar y el 14° lugar entre las tiendas minoristas de los EE.UU.

La expansión de Lowe's continúa: como promedio, se abre una nueva tienda cada tres días. Los planes de apertura de nuevas tiendas de la compañía incluyen dos prototipos: una tienda de 116,000 pies cuadrados para mercados grandes y una tienda de 94,000 destinada principalmente a atender a mercados más pequeños. Ambos prototipos incluyen un centro de jardinería con una superficie promedio adicional de 25,000 pies cuadrados. A comienzos del año 2003, la superficie total alcanzaba aproximadamente 95 millones de pies cuadrados.

Durante 2002, Lowe's abrió 123 tiendas nuevas, la mayoría de las cuales se encuentran en mercados metropolitanos. Durante 2003, la compañía planea abrir 130 tiendas nuevas y continuar con su énfasis en ciudades cuya población supere los 500,000 habitantes, como ser Nueva York, Philadelphia y Los Ángeles.

Lowe's participa activamente en las comunidades en las que opera. A través del programa de voluntarios Lowe's Heroes (Héroes de Lowe's) y del Consejo de Seguridad del Hogar de Lowe's, ayudamos a grupos cívicos en proyectos de seguridad para el hogar y compartimos información importante sobre seguridad y protección contra incendios con comunidades de todo el país.

Nuestra casa matriz está en Wilkesboro, N.C., y somos una empresa de 57 años que tiene más de 122,000 empleados. Los empleados son dueños de aproximadamente 6 por ciento de las acciones de Lowe's a través del plan de ahorros para el retiro 401(k) de Lowe's.

Lowe's se compromete a comprender y reflejar las culturas diversas de nuestras comunidades en su personal, en sus asociaciones comerciales y en los productos que vendemos. Nuestro compromiso es que la diversidad y la inclusión sean una parte natural de nuestra manera de operar.

Lowe's cotiza en bolsa desde el 10 de octubre de 1961. Nuestras acciones cotizan en la Bolsa de Nueva York bajo el símbolo LOW.

Para obtener más información, visite www.Lowes.com

El crecimiento tiene muchas formas.

Crecer implica desafíos, visión y determinación. Crecer implica aprovechar las oportunidades cada día.

Crecer es fijar metas que van más allá de los límites de lo imaginable... y superarlas. Lowe's es una compañía comprometida con el crecimiento: para nuestros accionistas, nuestros empleados y, por supuesto, nuestros clientes, quienes se esfuerzan por alcanzar su propia visión del éxito en sus hogares.

Durante 2002, Lowe's creció a través de la expansión a nuevos mercados, la formación de nuevas alianzas y la presentación de aun más marcas reconocidas y respetadas en sus tiendas y en los hogares estadounidenses. Lowe's se ganó la lealtad de nuevos clientes ofreciendo productos de marcas respetadas y servicios confiables. Esa confianza es la base del éxito de Lowe's y el cimiento de nuestro futuro.

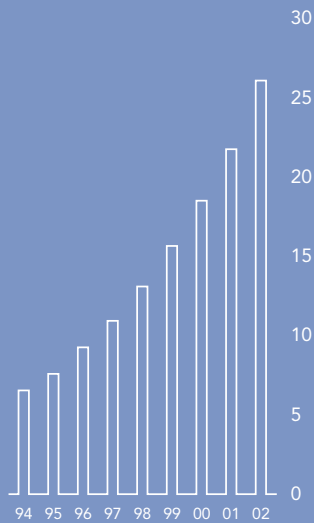
ECER



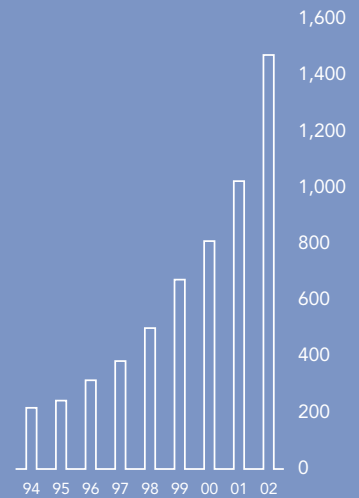
Robert L. Tillman
Presidente del directorio y Director ejecutivo



A NUESTROS ACCIONISTAS



CRECIMIENTO DE LAS VENTAS
EN MILES DE MILLONES DE DÓLARES



CRECIMIENTO DE LAS UTILIDADES
EN MILLONES DE DÓLARES

En un año marcado por una economía titubeante, preocupaciones geopolíticas crecientes y una reducción en la confianza de los consumidores, los empleados de Lowe's lograron lo que —en mi opinión— fue el mejor año en nuestros 57 años de historia. Lo hicieron demostrando dedicación a los fundamentos de las ventas al por menor y sin dejar jamás de prestar atención a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. El talento de nuestros empleados y la calidad de nuestros resultados hicieron que Lowe's fuera reconocida por la revista FORTUNE como el “Minorista de productos especiales más admirado” de los Estados Unidos, un premio que reconoce el trabajo arduo y la dedicación de nuestros empleados y el apoyo sobresaliente que recibimos de nuestros proveedores asociados.

A pesar de las inquietudes macroeconómicas generales del año 2002, el sector de la vivienda permaneció fuerte. Gracias a tasas hipotecarias bajas, un ciclo de refinanciación fuerte, tendencias demográficas y psicográficas positivas, y una población inmigrante en crecimiento constante, la venta de casas nuevas y existentes alcanzó niveles récord durante 2002.

Si bien la economía en general se mantuvo vacilante, el sector de la mejoras en el hogar se mantuvo fuerte.

En vistas del panorama turbulento de señales económicas contradictorias, estoy muy orgulloso de los resultados de nuestras tiendas en el ejercicio 2002. Las ventas alcanzaron los \$26,500 millones, lo que significa un aumento del 19.8 por ciento con respecto al ejercicio 2001. Las ventas en tiendas comparables aumentaron un 5.6 por ciento durante el año. Fue también muy alentador que el comportamiento de las ventas durante 2002 fuera equilibrado en todo el país y en todas las categorías de productos. Este equilibrio demuestra la fortaleza de los consumidores de productos para mejoras en el hogar en todo el país a pesar de las muchas inquietudes que siguen pesando sobre la economía. Durante 2002, abrimos 123 tiendas nuevas en importantes mercados de todo el país, lo que llevó el número total de tiendas a 854.

El margen bruto alcanzó un récord del 30.3 por ciento en 2002. En el ambiente competitivo actual, en el que seguimos comprometidos a ofrecer “Precios bajos todos los días”, nuestra habilidad para aumentar los márgenes brutos puede atribuirse a muchos factores.

En primer lugar, nuestra estrategia de ofrecer productos de mayor valor, que está inspirada en el deseo de nuestros clientes de lograr que sus hogares sean únicos y expresen sus personalidades individuales, continúa reportando beneficios. Nuestros especialistas en mercaderías siguen trabajando arduamente para ofrecer productos de calidad que provean valor en todos los puntos de precios de nuestras líneas. Su éxito se mide a través de la fortaleza de las ventas, el aumento en la compra promedio y el incremento en los márgenes.

Además, seguimos aprovechando las oportunidades que nos acercan nuestras oficinas de abastecimiento en Asia y en otras partes del mundo. En los próximos años, prevemos una mejora en los márgenes a través del aumento del porcentaje de productos fabricados en el exterior.

INFORMACIÓN DESTACADA SOBRE FINANZAS

EN MILLONES, SALVO INFORMACIÓN POR ACCIÓN

	Aumento sobre 2001	Ejercicio 2002	Ejercicio 2001
Ventas	19.8%	\$ 26,491	\$ 22,111
Porcentaje de margen bruto	150 pb*	30.3%	28.8%
Utilidades antes de descontar impuestos	45.2%	\$ 2,359	\$ 1,624
Utilidad neta	43.8%	\$ 1,471	\$ 1,023
Utilidades por acción			
Básicas	42.1%	\$ 1.89	\$ 1.33
Diluidas	42.3%	\$ 1.85	\$ 1.30
Dividendos en efectivo por acción	6.3%	\$ 0.09	\$ 0.08

* Puntos de base

Los empleados de nuestras tiendas también merecen reconocimiento por cumplir con determinadas iniciativas clave que aumentaron el margen bruto. En 2002 les dimos a nuestras tiendas el desafío de controlar la merma de inventario, y claramente han cumplido con el desafío. Los resultados de la reducción en la merma sumaron 28 puntos de base al margen bruto este año.

Durante 2002, implementamos nuevos procedimientos que, junto con el uso de nueva tecnología, ayudaron a simplificar el proceso de ventas por pedidos especiales y con instalación incluida. Estos cambios aumentaron la eficiencia de nuestros empleados y mejoraron la experiencia de nuestros clientes. La tecnología también desempeñó un papel importante en nuestro nuevo proceso mejorado de devolución de productos a nuestros proveedores. Cada una de estas iniciativas llevadas a cabo en las tiendas ayudó a Lowe's a alcanzar durante 2002 resultados que la convierten en una de las compañías líderes de la industria, y ayudó a alcanzar un margen operativo récord del 10.1 por ciento y un aumento del 43.8 por ciento en las utilidades netas, que alcanzaron los \$1,500 millones para todo el año.

La clave de nuestro éxito es nuestro esmerado enfoque en nuestros clientes. Hace 57 años que escuchamos a nuestros clientes y aprendemos de ellos. Y nos hemos ganado su confianza.

Gran parte de la incertidumbre que pesaba sobre los consumidores durante 2002 continúa en 2003. Las inquietudes geopolíticas son mayores actualmente que durante 2002, y es poco probable que la confianza de los consumidores se recupere hasta que algunas o todas esas inquietudes se resuelvan total o parcialmente. A pesar de la ansiedad imperante, tanto hoy como en el futuro existen muchas tendencias positivas para el sector de las mejoras en el hogar.

En primer lugar, el nivel récord de fortaleza que observamos en el mercado de la vivienda durante 2002 continúa en 2003. Si bien se espera que las tasas hipotecarias aumenten levemente con relación a los niveles bajos recientes, los economistas de la National Association of Realtors® predicen que las tasas se mantendrán cerca de estos niveles bajos durante 2003, lo que hará que la vivienda siga siendo asequible y facilitará la demanda continua.

La actual emisión de un nivel récord de permisos de construcción para viviendas unifamiliares confirma esta predicción. Esta tendencia es uno de los principales indicadores del inicio de construcciones futuras e indica que habrá una gran cantidad de casas nuevas en el futuro cercano.

El parque habitacional de los EE.UU. sigue aumentando de valor. La continua valorización da a los propietarios de viviendas la tranquilidad para seguir invirtiendo en sus hogares tanto para el goce actual como para una posible valorización en el futuro.

Esta valorización ha despertado el temor de que el mercado de la vivienda esté inflado. Sin embargo, la mediana del precio de la vivienda en los EE.UU. ha aumentado durante 34 años consecutivos. La demanda de vivienda sigue siendo fuerte, mientras que la oferta de vivienda se mantiene estable, lo que es señal de un mercado de vivienda equilibrado y estable. A medida que la propiedad de vivienda en los EE.UU. continúa aumentando hasta alcanzar niveles récord, el valor de la vivienda parece tener en qué apoyarse.

Lowe's cuenta con amplias oportunidades. Seguiremos abriendo tiendas en todos los EE.UU. tanto en mercados grandes como en mercados pequeños que están recibiendo con gran entusiasmo a Lowe's en sus comunidades. A fines del ejercicio 2002, sólo el 22 por ciento de nuestras tiendas estaban ubicadas en los principales 25 mercados en los que reside casi el 50 por ciento del potencial del mercado de las mejoras en el hogar.

Seguiremos aprovechando esa oportunidad concentrando el 65 por ciento de nuestra expansión programada para el año 2003 en los principales 100 mercados del país. Al mismo tiempo, los mercados más pequeños en los EE.UU. ofrecen oportunidades adicionales de crecimiento rentable. Las tiendas ubicadas en mercados más pequeños requieren una menor inversión de capital, menores gastos operativos y, con un inventario administrado eficazmente aprovechando nuestra red de logística de nivel mundial, estas tiendas pueden ofrecer una enorme rentabilidad a los accionistas a pesar de los volúmenes de ventas iniciales menores.

Si bien confiamos en que nuestro crecimiento en cuanto a apertura de nuevas tiendas continuará en los próximos años, abrir nuevas tiendas es sólo parte de nuestro plan de crecimiento. También esperamos seguir aumentando con éxito nuestras ventas en tiendas comparables en 2003.

Actualmente estamos llevando a cabo ensayos con un modelo mejorado de ventas de productos con instalación incluida, y estamos seguros de que este modelo contribuirá al crecimiento de este sector. El nuevo modelo busca aumentar la satisfacción del cliente mejorando la interacción de los clientes durante todo el proceso. Durante marzo, comenzamos a probar este nuevo programa en un distrito de cada región, a fin de llevar a cabo un ensayo a nivel

nacional. Basándose en el crecimiento del 50 por ciento este año, los servicios de instalación impulsarán las ventas en el futuro.

Asimismo, las ventas por pedidos especiales continúan creciendo, con un aumento del 38 por ciento en 2002. La clave para el crecimiento continuo de los pedidos especiales en los próximos años es la implementación de nuevos sistemas que dinamicen este proceso que a menudo resulta bastante complejo. En 2003, complementaremos el trabajo hecho hasta ahora incorporando mejoras en el sistema de pedidos electrónicos, por medio de catálogos electrónicos e interfaces EDI con nuestros principales proveedores de pedidos especiales.

Los clientes comerciales siguen siendo una parte importante de nuestro negocio. Lowe's ha logrado con éxito un crecimiento en este sector concentrándose en remodeladores, contratistas profesionales y administradores de propiedades profesionales. A medida que continuamos añadiendo tiendas en mercados nuevos y existentes, somos cada vez más convenientes para estos clientes para quienes el tiempo es dinero.

También se debe considerar lo siguiente como un indicador de las oportunidades que Lowe's tiene en el futuro: De las 18 categorías generales de productos que vende Lowe's, los centros de productos para el hogar tienen el liderazgo en sólo cinco, y una participación de más del 40 por ciento en sólo una. Nuestra oportunidad radica en seguir aumentando nuestra participación en estas categorías, brindando a nuestros clientes marcas nuevas e interesantes que conviertan a Lowe's en el destino preferido para cada vez más productos.

Y estamos dando grandes pasos en esa dirección. Gracias a nuestras ubicaciones cada vez más convenientes, nuestros productos en existencias y nuestros precios bajos todos los días, Lowe's se está convirtiendo en un destino preferido para un número creciente de categorías. Somos el segundo minorista de aparatos para el hogar del país y el de crecimiento más rápido. Hemos mejorado la categoría de iluminación añadiendo marcas que antes sólo se vendían en tiendas especiales. También hemos mejorado nuestra oferta de materiales para pisos a través de mejores marcas y productos innovadores. Seguimos siendo los vendedores exclusivos de American Tradition®, reconocida durante dos años consecutivos como una de las mejores pinturas de los Estados Unidos por un respetado grupo de consumidores que realiza pruebas de productos. A medida que los consumidores cambian los patrones de consumo, Lowe's se asegura de contar con los productos adecuados para satisfacer todas las necesidades.

Encaramos el año 2003 con optimismo cauteloso a pesar de las continuas inquietudes causadas por el ambiente macroeconómico y geopolítico general. Lowe's está preparada para aprovechar las oportunidades del mercado vital y creciente de las mejoras en el hogar.

Los cambios recientemente anunciados en la gerencia ejecutiva garantizarán que haya un equipo fuerte listo para guiar a Lowe's por muchos años. Nuestro equipo de mercadeo se caracteriza por su experiencia y energía. Nuestro equipo de operaciones está comprometido y dedicado al servicio a los clientes. Nuestros programas de promoción y publicidad están llegando con éxito a los propietarios de viviendas y a las empresas que les brindan servicios. Todo este esfuerzo cuenta con el apoyo de un sistema de logística y distribución eficaz que garantiza que tengamos el producto adecuado, en la tienda adecuada, en el momento adecuado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

En 2003, Lowe's y su equipo de 130,000 empleados van a aumentar sus propias exigencias de rendimiento. Seguiremos *aprendiendo* de nuestros clientes y *mejorando* en forma constante nuestros esfuerzos por proporcionarles una mejor experiencia de compras. Este compromiso con los clientes permitirá a Lowe's aprovechar el impulso logrado en 2002, y continuar *creciendo*, *expansiéndose* y *prosperando* a medida que construimos un futuro prometedor para nuestros clientes, nuestros empleados y nuestros accionistas.



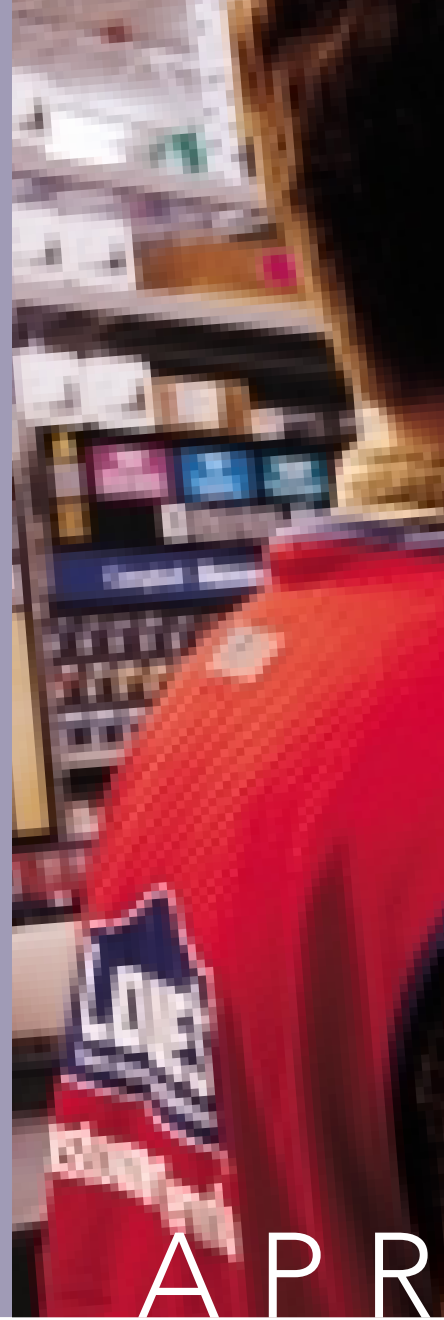
Robert L. Tillman

Presidente del directorio y Director ejecutivo

16 de abril de 2003 Wilkesboro, N.C.

APRENDER

Es parte de la forma de pensar estadounidense y del "Sueño Americano". Las personas buscan la mejor calidad y el mejor valor que su dinero puede comprar para sus hogares y las herramientas adecuadas para hacer el trabajo. Lowe's celebra y promueve el deseo creciente de los propietarios de viviendas de expresarse libremente prestando mucha atención a nuestros clientes y a sus deseos.



A P R

La casa propia siempre ha sido parte del sueño americano, y son cada vez más los propietarios de viviendas que invierten el dinero en su casa. Hoy, más que nunca, las personas que desean hacer mejoras en el hogar tienen el deseo de expresarse libremente. Lowe's está preparada para satisfacer las expectativas de los propietarios de viviendas y de los profesionales de las mejoras en el hogar con una combinación de productos de calidad, soluciones completas y conocimientos y experiencia para asistir a las personas que realizan las tareas en su propio hogar.

La relación de Lowe's con sus clientes se basa en el conocimiento y la confianza. Escuchamos atentamente lo que nos dicen nuestros clientes acerca de lo que necesitan y llevamos a cabo extensas investigaciones acerca de cambios demográficos, modificaciones en las actitudes y exigencias especiales.

Las tiendas de Lowe's están diseñadas para satisfacer esas necesidades y exigencias. Las tiendas limpias y ordenadas con pasillos anchos y bien iluminadas crean un ambiente confortable para todos los compradores. Los atractivos exhibidores y la mercadería de marca atraen a los exigentes clientes que gustan de hacer las mejoras en el hogar por sí mismos, mientras que las tiendas bien organizadas y con un surtido de mercaderías completo y en grandes cantidades permiten a los clientes comerciales, para quienes el tiempo es dinero, hacer sus compras rápida y cómodamente.

Nuestra galardonada base de datos de relaciones con los clientes y nuestras campañas publicitarias especializadas nos permiten comunicarnos con nuestros clientes según los proyectos o productos que más les interesen. Por ejemplo, los clientes que compran materiales para construir una terraza, recibirán luego un catálogo que presenta nuestra oferta de muebles para patio y parrillas a gas para que puedan disfrutar aun más de su nueva terraza. Los clientes comerciales recibirán materiales relacionados con su rubro, como folletos sobre plomería o pintura.



ENDER

Los clubes de intereses afines también le permiten a Lowe's ofrecer información a nuestros clientes sobre áreas de interés específicas. Nuestro Garden Club (Club de jardinería) está al servicio de las personas interesadas en la botánica y el paisajismo. Nuestro Woodworkers Club (Club de carpintería) ofrece información actualizada acerca de productos nuevos e interesantes para ayudar a los aficionados y profesionales de la carpintería. Por último, Team 48 Racing, con el piloto Jimmie Johnson, ha logrado una conexión ganadora con los clientes y los aficionados de NASCAR — el deporte de crecimiento más rápido en los Estados Unidos. El Team Lowe's Racing Club creció un 175 por ciento en 2002 y dio a conocer la marca Lowe's a 324,000 miembros.

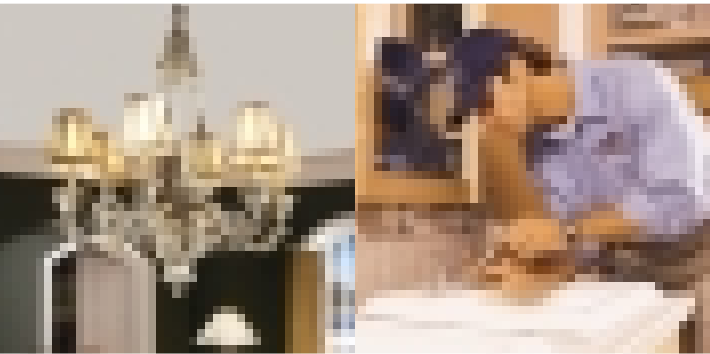
Al igual que sus clientes, Lowe's siempre aprende algo nuevo. Con una base de conocimiento muy fuerte, Lowe's anticipa las necesidades basándose en las tendencias de los clientes según los estilos de vida y las edades aquí y en todo el mundo. Es parte de nuestro compromiso total de comprender mejor las necesidades de nuestros clientes.

Algo que hemos aprendido de nuestros clientes es que cuando entran en nuestras tiendas esperan encontrar grandes productos. Nuestro compromiso es asegurarnos de brindar más que mercancías. En Lowe's creemos que la herramienta esencial para cualquier trabajo —ya sea grande o pequeño— es el conocimiento necesario para poder completarlo.





DESEAR



Puede tratarse de algo simple como instalar iluminación elegante en una habitación o de algo complejo como una remodelación total. Cualquiera sea el deseo, nuestros clientes saben que en Lowe's podrán encontrar productos exclusivos de la más alta calidad.

Los clientes desean mejores comodidades para sus familias y mejores maneras de disfrutar de sus hogares. Por eso, buscan marcas de calidad conocidas de una tienda que les inspira confianza. Los productos de alta calidad, a precios bajos todos los días, permiten a Lowe's ofrecer a los clientes los medios para expresarse libremente en los proyectos que emprendan.

Durante 2002, Lowe's continuó fortaleciendo la confianza de los clientes ofreciendo más marcas de primera calidad bajo un mismo techo. Solamente el año pasado, Lowe's ofreció a los propietarios de viviendas el estilo y el diseño de los productos de iluminación Kichler®, la fiabilidad de los tractores para césped y los equipos eléctricos para exteriores Husqvarna® y Cub Cadet® y la calidad y el estilo respetados de las puertas y ventanas Pella®. Este año, para que los clientes puedan disfrutar cómodamente de cada estación,

DESEAR

Para propietarios de viviendas que desean comodidades personalizadas en el hogar, Lowe's tiene un estilo para todos los gustos, un tamaño para cada necesidad y un precio para cada bolsillo.

shop·vac[®]

Whirlpool[®]
CORPORATION

Husqvarna



KICHLER 

Jackson & Perkins

Weyerhaeuser

Cub Cadet 

Lowe's presenta los muebles para exteriores Coleman[®], la calidad de las parrillas Jenn-Air[™] y las mundialmente famosas rosas de Jackson & Perkins[®] —todos productos exclusivos de Lowe's.

En 2003 Lowe's amplía sus opciones de alta calidad para la decoración del hogar con el lanzamiento de las colecciones de pinturas American Tradition[®] Signature Colors[™]. Esta exclusiva colección presenta gamas de colores característicos creadas por Alexander Julian Home[®], Laura Ashley Home[®], Waverly Home Classics[®], y Earth Elements[™]. Este verano también debutan colores adicionales inspirados por Eddie Bauer[®] y por los programas para niños favoritos de Nickelodeon[™].

Lowe's también está cambiando la manera en que los estadounidenses compran aparatos para el hogar. En los últimos dos años, Lowe's ha aumentado su participación en el mercado de los aparatos para el hogar más que cualquier otro minorista importante. La razón: El compromiso de superar las expectativas de los clientes a través de una selección extraordinaria de productos, marcas confiables, disponibilidad inmediata, entrega las 24 horas y personal de ventas experto que está siempre listo para ayudar.

Al igual que nuestros clientes, Lowe's desea hacer más. La Environmental Protection Agency ha nombrado a Lowe's Socio minorista Energy Star[®] del año por su compromiso de ofrecer aparatos para el hogar con mayor eficacia energética y de brindar educación a los consumidores. Este codiciado galardón es un reconocimiento de los esfuerzos de la compañía y de su compromiso de aumentar un 20 por ciento las ventas de productos con certificación Energy Star durante 2003, lo que permitirá a los clientes ahorrar dinero en la factura de electricidad y ayudará a proteger el medio ambiente para las generaciones futuras.

SUPERAR

Al llevar a cabo proyectos en la casa, la mayoría de los propietarios de viviendas desean contar con el consejo de un vendedor que sabe del tema. Los empleados de Lowe's conocen los productos, saben explicar cómo usarlos y hacen el esfuerzo necesario para ayudar a los propietarios de viviendas a completar sus proyectos.

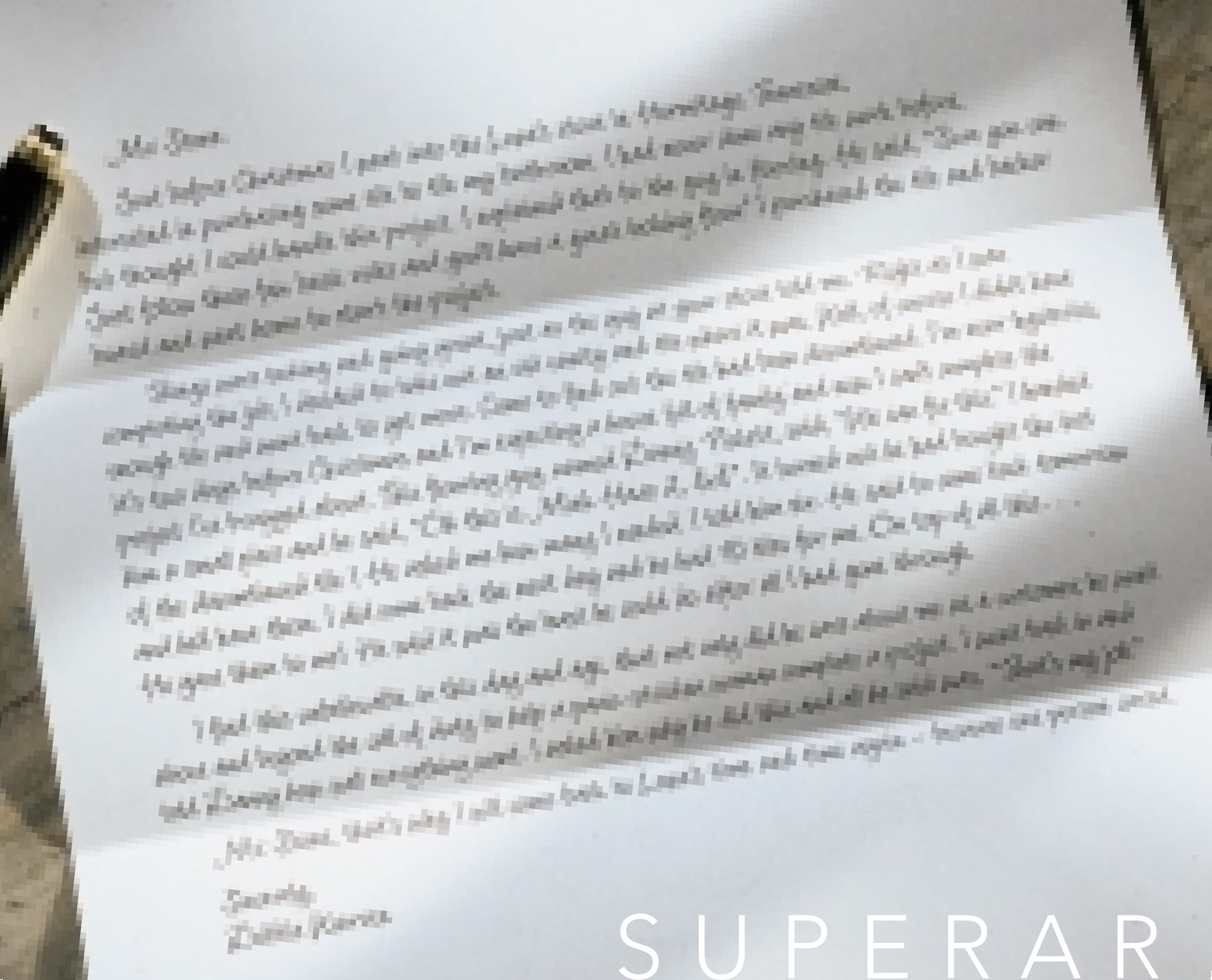


Sabemos que para que crezca nuestro negocio, debemos superar las expectativas de nuestros clientes y brindarles tranquilidad y conocimientos para ganar su confianza. El servicio a los clientes va mucho más allá de mostrarle a un cliente dónde puede encontrar un producto en la tienda. El servicio a los clientes de calidad excepcional incluye ayudar a coordinar los colores para remodelar una cocina, ofrecer la oportunidad de expresarse libremente a través de nuestros productos de pedido especial, coordinar la instalación de mejoras en el hogar de cierta complejidad, y destacar las características y los beneficios de los productos en toda la tienda.

Los programas de pedidos especiales permiten que Lowe's supere las expectativas de los clientes a través de una amplia oferta de productos que va más allá de los disponibles en nuestras tiendas. Con cientos de miles de productos disponibles por pedido especial, la compañía aumentó las ventas de productos de pedido especial en un 38 por ciento durante 2002. Los clientes buscan maneras de que sus casas sean diferentes; por eso, nuestra oferta de productos por pedido especial es una parte integral de la experiencia de los clientes en nuestras tiendas.

Cuando los clientes no tienen tiempo o ganas de llevar a cabo un proyecto, le encargan el trabajo a otra persona. Con 57 años de experiencia en mejoras para el hogar, Lowe's cuenta con la confianza de los propietarios de viviendas para todo tipo de instalaciones, desde cortinas hasta calderas, desde superficies de cocina hasta pisos de madera.

Un mostrador de servicio especial y empleados muy capacitados que conocen el negocio dan a los clientes comerciales la atención especial que esperan de Lowe's.



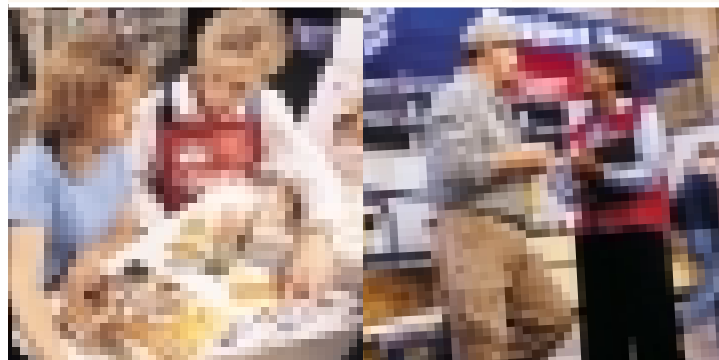
SUPERAR

La tecnología ayuda a mejorar los niveles de servicio ayudando a los empleados a brindar mejor asistencia a los clientes en el caso de pedidos especiales. Los catálogos electrónicos se conectan directamente con los fabricantes para acelerar los pedidos, eliminar errores y confirmar fechas de entrega. Y los nuevos sistemas ayudan a que sea más fácil que nunca encargar ventanas y puertas a la medida y otros materiales de carpintería.

Cuando de servicio se trata, Lowe's siempre aspira a alcanzar la perfección. Esperamos mucho de nuestros empleados, y nuestras expectativas se ven superadas. En toda la tienda hay empleados altamente capacitados disponibles, listos y dispuestos para ayudar a nuestros clientes y contestar cualquier pregunta que pueda surgir.

En Lowe's, el servicio es la prioridad número uno. Esperamos y exigimos que nuestros empleados demuestren día a día su compromiso de superar las expectativas de los clientes e infundir la confianza que convierte a Lowe's en la primera opción cuando de mejoras en el hogar se trata.

Desde una familia que tiene que hacer un proyecto de mejoras en el hogar por primera vez hasta los clientes comerciales más experimentados, los empleados de Lowe's están a su servicio — para compartir su experiencia y conocimientos y para esforzarse por superar las expectativas de los clientes a toda hora, todos los días.



EXPANDIR

Desde pueblos pequeños hasta grandes ciudades, muchos nuevos mercados abrieron las puertas de sus comunidades a Lowe's durante 2002. Los consumidores gustan de nuestra estrategia de ofrecer marcas y servicios de confianza a precios bajos todos los días, y prevemos años de éxito en nuestra expansión futura.

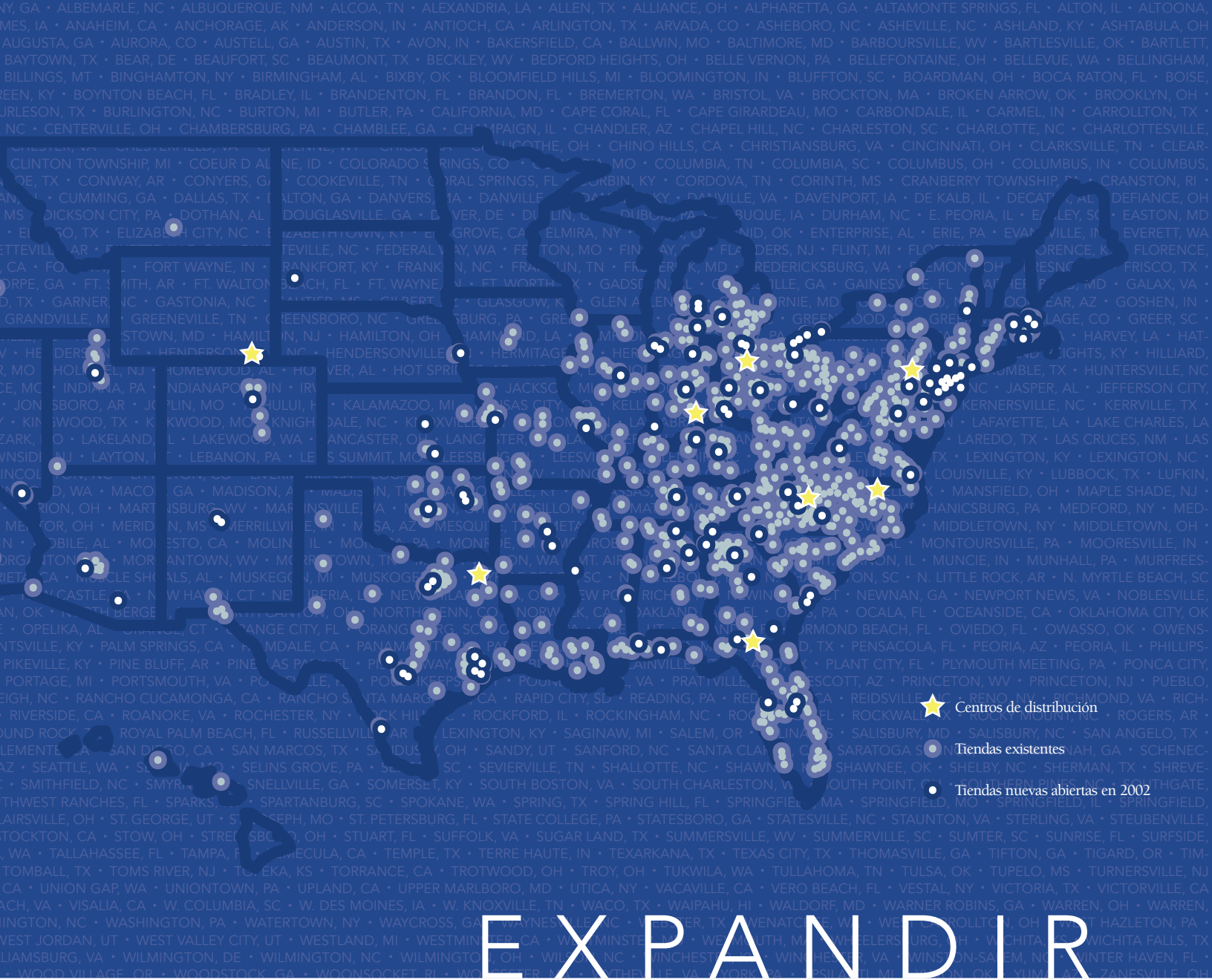
Desde Anchorage hasta Zanesville, Lowe's sigue aumentando su clientela a través de la apertura de nuevas tiendas en todo el país. Durante 2002, Lowe's abrió 123 tiendas nuevas, y planea abrir 130 tiendas durante 2003.

Los mercados más grandes, con poblaciones de más de 500,000, son una fuente de oportunidad significativa sin explotar para Lowe's. Estos mercados, que actualmente representan el 52 por ciento de las tiendas de Lowe's, recibirán aproximadamente el 65 por ciento de la expansión durante 2003. Lowe's se beneficia con el ingreso promedio más alto, la mayor densidad de vivienda, el parque habitacional generalmente más viejo, y los niveles de propiedad más altos en estas áreas, ya que las tiendas de mayor volumen de la compañía se encuentran en estos mercados.

El otoño pasado, Lowe's anunció sus planes de invertir aproximadamente \$1,000 millones para abrir más de 60 tiendas en el área metropolitana de la ciudad de Nueva York, lo que impulsará aun más el dinámico plan de expansión. Esta movida es parte de una estrategia a largo plazo para crear una mayor presencia en el noreste de los EE.UU., que es donde vive aproximadamente el 12 por ciento de la población del país.

Del mismo modo, California también ofrece una oportunidad de expansión significativa para Lowe's. Con más de 40 tiendas abiertas actualmente, Lowe's simplemente acaba de empezar a penetrar en este estado en rápido crecimiento.

Los mercados metropolitanos son importantes, pero son sólo una parte de la historia. La compañía sigue desarrollando prototipos de tiendas que funcionan en todos los mercados, desde los grandes hasta los pequeños. Lo importante es la flexibilidad y el objetivo constante de construir mejores tiendas, con mejores diseños, para atender mejor a nuestros clientes donde sea que vivan.



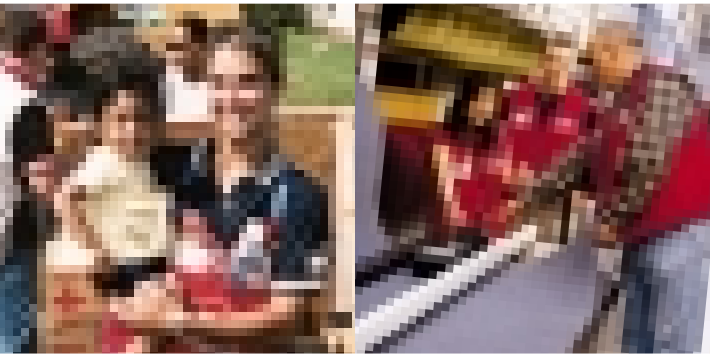
Lowe's comenzó en un mercado de ciudades pequeñas, lo que creó la necesidad de distribuir los productos en forma eficaz y económica. La base de esa infraestructura es la red de distribución ultramoderna de Lowe's. Existen nueve centros de distribución regionales que abastecen en forma eficaz a todas las tiendas de costa a costa. La red nos permite administrar mejor el inventario, minimizar los costos de flete y proteger a la compañía de interrupciones en el abastecimiento de productos durante desastres naturales u otros sucesos imprevistos. Con un 10° centro de distribución en construcción en el área de Orlando, y un 11° planificado para la zona noreste, la red sigue dando resultados y creciendo a medida que nos seguimos expandiendo en todo el país.

Los productos correctos en el momento correcto en el lugar correcto. Todo esto se traduce en mayor comodidad y servicio para los clientes, sin importar donde vivan.

TIENDAS DE LOWE'S

INCLUYE LAS APERTURAS DE TIENDAS PROGRAMADAS PARA EL EJERCICIO 2003

AK.....2	KY.....26	OK.....19
AL.....28	LA.....16	OR.....7
AR.....11	MA.....8	PA.....39
AZ.....12	MD.....22	RI.....3
CA.....55	MI.....31	SC.....34
CO.....10	MO.....22	SD.....1
CT.....5	MS.....14	TN.....40
DE.....5	MT.....2	TX.....85
FL.....62	NC.....77	UT.....9
GA.....42	ND.....1	VA.....48
HI.....3	NE.....3	WA.....24
IA.....8	NJ.....22	WV.....13
ID.....2	NM.....5	WY.....1
IL.....20	NV.....10	TOTAL 979
IN.....34	NY.....25	
KS.....7	OH.....66	



Lo más importante que Lowe's tiene para ofrecer no cabe en un camión. Es nuestra promesa. En todas las comunidades en las que opera, Lowe's prospera a través del servicio excepcional en las tiendas y su presencia constante para nuestros vecinos cuando nos necesitan.

En cada tienda, nuestros empleados se toman su tiempo para compartir su experiencia y conocimientos. Es parte de su capacitación. Es parte de la cultura de Lowe's y de sus 57 años de historia. Las encuestas anuales de empleados muestran un alto grado de compromiso y una fuerte intención de recomendar la compañía a sus amigos y familiares.

Lowe's lleva adelante un extenso programa de desarrollo gerencial. Los candidatos a gerentes de tienda participan de un programa de desarrollo intensivo para mejorar sus habilidades. El programa crea lo que Lowe's considera los mejores gerentes de tienda de la industria y un conjunto de candidatos capacitados y listos para ejercer funciones como gerentes de tienda cuando estos puestos estén disponibles.

La diversidad sigue siendo uno de los componentes clave de nuestro éxito. Las culturas diversas de nuestras comunidades se ven reflejadas en nuestros empleados, en nuestras asociaciones comerciales y en los productos que vendemos. Para asegurar que se cumplen nuestras normas de diversidad, nuestros

P R O S P E R A R

Nuestros empleados aman lo que hacen, y esto se nota. Lowe's les da un ambiente de respeto y trabajo en equipo, en el que los empleados que tienen un alto nivel de compromiso para ayudar a sus clientes y a sus comunidades pueden prosperar.

O S P E R A R

gerentes reciben asesoramiento y capacitación continua. Como muestra de nuestro éxito en este aspecto, DiversityInc.com ha reconocido a Lowe's como uno de los principales empleadores de minorías.

El compromiso de Lowe's con los empleados sólo se equipara con su dedicación para con las comunidades en las que opera. Como parte del programa de voluntarios Lowe's Heroes (Héroes de Lowe's), los empleados invierten su tiempo y sus talentos para ayudar a que las casas, las áreas de juego y las escuelas de sus comunidades sean más seguras. Durante 2002, nuestras tiendas realizaron proyectos a nivel local y ayudaron a más de 180,000 personas. El programa alcanzó reconocimiento nacional en 2002 de la Points of Light Foundation.

Cuando ocurrieron desastres o emergencias, las tiendas de Lowe's dieron enseguida una mano. Tiendas en 26 estados respondieron a 106 emergencias en los últimos tres años activando el programa de donaciones de clientes que Lowe's tiene con la Cruz Roja y donando grandes cantidades de materiales necesarios directamente a los barrios afectados.

En 2002, Lowe's ayudó a construir una casa de Habitat for Humanity en Birmingham, Ala. en un tiempo récord y brindó trabajo voluntario junto a estudiantes universitarios para una casa en Greenville, N.C. En 2003, Lowe's se unirá a Whirlpool Corporation para patrocinar el Jimmy Carter Work Project — un esfuerzo mundial para crear viviendas seguras y económicas. Los empleados construirán seis casas, y las compañías donarán materiales para asistir en la construcción de aproximadamente 100 casas a través de este programa.

El sentido de orgullo, compromiso y logro es lo que impulsa a Lowe's y a sus empleados a aumentar el nivel de el servicio en sus tiendas y en sus comunidades. Si trabajamos juntos, todos vamos a prosperar.

MEJORAR

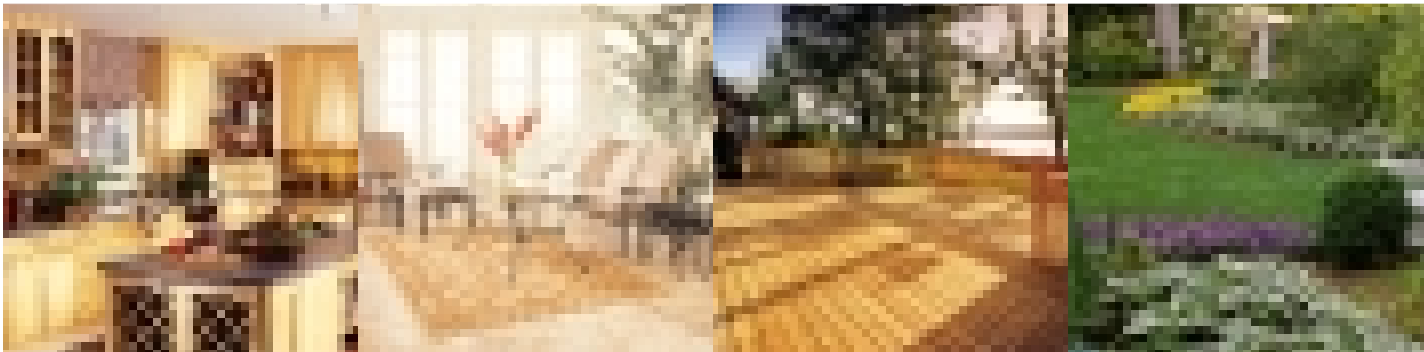
Nuestro éxito pasado es el resultado de nuestro esmerado enfoque en nuestros clientes. Pero nuestro futuro depende de nuestra habilidad de seguir mejorando todo lo que hacemos. En última instancia, nuestra meta es mejorar las vidas de nuestros clientes a través de los productos y los servicios que ofrecemos.

La clave del futuro de Lowe's es el deseo inquebrantable de brindar un mejor servicio a nuestros clientes en mercados nuevos y actuales. Nos llena de entusiasmo la manera en que nuestras nuevas tiendas son recibidas a medida que nos expandimos por todo el país, y también el apoyo constante de nuestros clientes en los mercados existentes. Pero debemos aumentar nuestras propias exigencias de desempeño. Nuestro futuro depende de nuestra habilidad de aprender más acerca de nuestros clientes... brindarles los productos y servicios que necesitan... apuntar más alto... y superar las expectativas de nuestros clientes día tras día.

En resumen, debemos continuar *mejorando* las mejoras en el hogar para nuestros clientes en todo el país.



MEJORAR



*Aprendemos de nuestros clientes, deseamos que tengan una experiencia satisfactoria en sus proyectos de mejoras en el hogar y trabajamos para superar sus expectativas todos los días. En Lowe's, el secreto para prosperar es usar lo que hemos construido hoy para mejorar el mañana de nuestros clientes. Así es cómo crecemos.
Así es cómo mejoramos las mejoras en el hogar.*

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

INFORME PRESENTADO POR LOS AUDITORES INDEPENDIENTES
AL DIRECTORIO Y LOS ACCIONISTAS DE LOWE'S COMPANIES, INC.

Hemos auditado los balances de situación consolidados de Lowe's Companies, Inc. y sus subsidiarias (la "Compañía") al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002, así como los estados consolidados de utilidades, capital propio y flujos de caja de cada uno de los tres ejercicios comprendidos en el período que finalizó el 31 de enero de 2003, los cuales se incluyen en las páginas 25 a 38. La confección de tales estados financieros es responsabilidad de la gerencia de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre tales estados financieros tomando como base nuestra auditoría.

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

En nuestra opinión, de acuerdo con nuestra auditoría, los estados financieros consolidados antes mencionados representan de manera fidedigna, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera de Lowe's Companies, Inc. y de sus subsidiarias al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002, así como los resultados de sus operaciones y flujos de caja para los tres ejercicios correspondientes al período finalizado el 31 de enero de 2003, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América.

Deloitte & Touche LLP

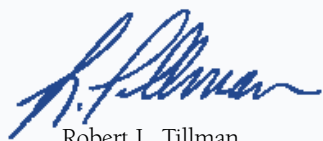
Charlotte, Carolina del Norte
19 de febrero de 2003

RESPONSABILIDAD DEL NIVEL GERENCIAL POR LOS INFORMES FINANCIEROS

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

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

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



Robert L. Tillman

Presidente del directorio y Director ejecutivo



Robert F. Hull, Jr.

Vicepresidente primero y Director financiero

INFORMACIÓN CON RESPECTO A LAS PREVISIONES ACERCA DEL FUTURO

Nuestro informe anual habla de nuestro futuro, especialmente en la "Carta a los accionistas" y en la sección "Exposición y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones". Si bien tenemos la convicción de que nuestras previsiones y pronósticos son razonables, no podemos garantizarlos y el lector deberá tener en cuenta este hecho cuando considere afirmaciones nuestras que no sean datos históricos. Entre los distintos factores que pueden hacer que los resultados concretos difieran significativamente de los previstos, se encuentran las siguientes circunstancias:

- * Nuestras ventas dependen de la salud económica del país, de las variaciones en la cantidad de casas nuevas construidas, del nivel de reparaciones, remodelación y anexos agregados a las casas ya existentes, de la actividad general del gremio de la construcción y de la disponibilidad y el costo del financiamiento. Un vuelco económico puede afectar las ventas porque buena parte de nuestras existencias se adquiere para proyectos discrecionales, que pueden demorarse.
- * Nuestra estrategia de expansión puede verse afectada por reglamentaciones ambientales, por zonificaciones y demoras locales, por la disponibilidad y el desarrollo de la tierra y por disposiciones más restrictivas sobre el uso de la tierra que las existentes hasta ahora, así como por la disponibilidad de mano de obra suficiente para facilitar nuestro crecimiento.
- * Muchos de nuestros productos son mercancías cuyos precios fluctúan erráticamente dentro de un ciclo económico, afirmación particularmente válida en el caso de la madera y los enchapados.
- * Nuestro negocio es muy competitivo y, a medida que nos expandimos hacia mercados más grandes y hacia la Internet, es posible que debamos enfrentar nuevas formas de competencia que no existen en los mercados que hemos servido hasta ahora.
- * La posibilidad de continuar con nuestra estrategia diaria de ofrecer precios competitivos y proporcionar los productos que el cliente quiere depende de que nuestros proveedores puedan suministrarlos las cantidades de mercancías necesarias a precios competitivos.
- * En una perspectiva de corto plazo, el clima también puede influir sobre las ventas de algunos productos, como los de jardinería, la madera y los materiales para la construcción.

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LA GERENCIA SOBRE LA SITUACIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DE LAS OPERACIONES

Esta exposición resume los factores significativos que afectaron los resultados operativos consolidados de la Compañía, su liquidez y recursos de capital durante el período de tres años que finalizó el 31 de enero de 2003 (es decir, los ejercicios 2002, 2001 y 2000). Los ejercicios 2002 y 2001 abarcan 52 semanas de ventas y gastos mientras que el ejercicio 2000 abarca 53 semanas. Esta exposición debe leerse conjuntamente con los estados financieros y las notas anexas a este informe anual.

Estimaciones y políticas contables.

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

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

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

La Compañía recibe fondos de proveedores durante el curso normal de las operaciones por diversos motivos, incluyendo descuentos por volumen de compra, pagos por publicidad cooperativa, y costos relacionados con servicio de terceros en la tienda. Los descuentos relacionados con volumen se registran con base en volúmenes de compra estimados y experiencia histórica y se tratan como gastos de reducción de inventario al momento de la compra.

Los fondos de proveedores recibidos por costos relacionados con servicios de terceros en la tienda y otros fondos de proveedores recibidos como reembolso por costos específicos, incrementales e identificables se reconocen como una reducción del gasto relacionado. Los pagos por publicidad cooperativa recibidos de proveedores se han usado históricamente para compensar los gastos generales de publicidad de la Compañía. De acuerdo con los lineamientos establecidos en Emerging Issues Task Force (EITF) 02-16 sobre "Registro contable por parte de un cliente (incluyendo un revendedor) por ciertas retribuciones recibidas de un proveedor", los pagos por publicidad cooperativa deben tratarse como una reducción del costo de inventario a menos que representen un reembolso por costos específicos, incrementales e identificables incurridos por el cliente para vender el producto del proveedor. De acuerdo con las reglas de transición establecidas en EITF 02-16, se exige este tratamiento para todos los acuerdos hechos o modificados después del 31 de diciembre de 2002. Como la Compañía ha hecho prácticamente todos los acuerdos de pagos de publicidad cooperativa relacionados con el ejercicio 2003 antes del 1º de enero de 2003, la implementación de estas normas no tendría una repercusión material en el ejercicio 2003. La Compañía está analizando actualmente la repercusión en el ejercicio 2004.

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

Operaciones.

Las utilidades netas para 2002 crecieron un 44%, hasta alcanzar \$1,470 millones o 5.6% de las ventas, contra \$1,020 millones o 4.6% de las ventas para 2001. Las utilidades netas para 2001 crecieron un 26%, hasta alcanzar \$1,020 millones o 4.6% de las ventas, contra \$809.9 millones o 4.3% de las ventas para 2000. Las utilidades diluidas por acción fueron de \$1.85 para 2002, comparado con \$1.30 para 2001 y \$1.05 para 2000. La rentabilidad de los activos iniciales fue del 10.7% para 2002 mientras que fue del 9.0% para 2001; y la rentabilidad sobre el capital inicial de los accionistas fue del 22.0% para 2002 comparado con 18.6% para 2001 y 17.2% para 2000.

La Compañía registró ventas por \$26,500 millones en el año 2002, lo cual significa un aumento del 20% con respecto a las ventas de 2001, que alcanzaron los \$22,100 millones. Las ventas de 2001 fueron un 18% más altas que las de 2000. El aumento de las ventas puede atribuirse al programa de expansión y reubicación constante de tiendas de la Compañía, y al aumento en las ventas en tiendas comparables. Las ventas en tiendas comparables aumentaron un 5.6% durante el año 2002. La Compañía experimentó una leve deflación en los precios de la madera durante el año los cuales se

compensaron con la inflación en los precios de otros materiales para la construcción. Como resultado, no hubo un impacto significativo en las ventas en tiendas comparables. El aumento en las ventas en tiendas comparables se debió principalmente a la mejora en las ventas en casi todas las categorías de mercaderías. Durante el año, la Compañía experimentó los aumentos de ventas más fuertes en aparatos para el hogar, muebles, materiales para piso, organización del hogar, equipos eléctricos para exteriores, pintura, plomería básica y paredes y ventanas. En la tabla siguiente se presenta la información relativa a las ventas y las tiendas:

	2002	2001	2000
Ventas (en millones de dólares)	\$26,491	\$22,111	\$18,779
Incremento de las ventas	20%	18%	18%
Incremento en las ventas de las tiendas comparables	6%	2%	1%
Al finalizar el año:			
Tiendas	854	744	650
Superficie de tiendas (en millones de pies cuadrados)	94.7	80.7	67.8
Tamaño promedio de una tienda (en miles de pies cuadrados)	111	108	104

El margen bruto en el año 2002 fue del 30.3% de las ventas, contra un 28.8% en 2001. Estos dos años significaron una mejora con respecto al 28.2% alcanzado en 2000. Hubo diversos factores que contribuyeron al aumento continuo en los márgenes durante los tres años, principalmente las mejoras en la variedad de productos, los menores costos debido al progreso continuo en las revisiones de líneas de productos y la mejora en la merma.

Los gastos por ventas, generales y administrativos ascendieron a \$4,700 millones o un 17.9% de las ventas durante el año 2002. En los dos años anteriores, los mismos gastos fueron de \$3,900 millones y \$3,300 millones o 17.7% y 17.8% de las ventas, respectivamente. Durante el año 2002, los gastos por ventas, generales y administrativos aumentaron un 21%, mientras que las ventas aumentaron un 20%. Durante el año 2001, los gastos por ventas, generales y administrativos aumentaron un 17%, mientras que las ventas aumentaron un 18%. Durante el año 2000, los gastos por ventas, generales y administrativos aumentaron un 21%, mientras que las ventas aumentaron un 18%. El aumento en los gastos por ventas, generales y administrativos como porcentaje de las ventas en 2002 se debió principalmente al aumento en los salarios en las tiendas combinado con un aumento en los niveles de logro de bonificación a causa del aumento en las ganancias. La disminución en los gastos por ventas, generales y administrativos como porcentaje de las ventas en 2001 se debió principalmente a los controles de gastos en los costos de nómina y publicidad. El aumento en los gastos por ventas, generales y administrativos como porcentaje de las ventas durante el año 2000 se debió principalmente a un aumento de salarios en las tiendas en combinación con niveles de ventas inferiores a los esperados.

Los costos de apertura de tiendas, imputados como gastos a medida que se produjeron, fueron de \$128.7 millones en el año 2002, en comparación con \$139.9 millones y \$131.8 millones en 2001 y 2000, respectivamente. Estos costos están relacionados con la apertura de 123 tiendas en 2002 (112 nuevas y 11 reubicadas). Comparativamente, en 2001 se abrieron 115 tiendas (101 nuevas

y 14 reubicadas) y en 2000, 100 tiendas (80 nuevas y 20 reubicadas). Como los costos de apertura de tiendas se imputan como gastos a medida que se producen, los gastos reconocidos pueden fluctuar con base en las fechas de apertura de tiendas en periodos futuros o anteriores. Los costos de apertura de tiendas expresados como un porcentaje de las ventas fueron del 0.5% en 2002, en comparación con el 0.6% y el 0.7% en los años 2001 y 2000, respectivamente. El costo promedio de apertura de tiendas fue de aproximadamente \$1.0 millón, \$1.2 millones y \$1.1 millones por tienda en 2002, 2001 y 2000, respectivamente.

La depreciación, reflejo de la permanente expansión de los activos fijos, creció un 21% y alcanzó \$626.6 millones en 2002, en comparación con incrementos del 26% y del 21% en 2001 y 2000, respectivamente. La depreciación como porcentaje de las ventas fue del 2.3% para el año 2002, lo que representa una pequeña disminución con respecto al 2.4% del año 2001 y un pequeño aumento con respecto al 2.2% del año 2000. Aproximadamente el 6% de las instalaciones de tiendas nuevas abiertas en los últimos tres años han sido arrendadas, y aproximadamente un 26% de ellas se encontraban bajo arrendamientos de capital. Los bienes inmuebles, menos depreciación acumulada, aumentaron a \$10,400 millones al 31 de enero de 2003, en comparación con \$8,700 millones al 1° de febrero de 2002. El crecimiento de los bienes inmuebles se debe en buena medida al programa de expansión de tiendas y al aumento en la capacidad de distribución.

Los costos de intereses netos como porcentaje de las ventas fueron 0.7% para 2002, 0.8% para 2001 y 0.7% para 2000. Los costos de intereses netos alcanzaron \$181.9 millones en 2002, \$173.5 millones en 2001 y \$120.8 millones en 2000. Los costos de intereses han aumentado debido a un incremento en los niveles de deuda y menor interés capitalizado. Los costos de intereses relacionados con arrendamientos de capital fueron de \$40.1 millones, \$40.4 millones y \$42.0 millones para 2002, 2001 y 2000, respectivamente. Remítase al comentario sobre liquidez y recursos de capital incluido más adelante.

Las tasas efectivas de impuestos a las ganancias de la Compañía fueron del 37.6%, 37.0% y 36.8% en los años 2002, 2001 y 2000, respectivamente. Las tasas más altas aplicadas en 2002 y 2001 se relacionan principalmente con la expansión hacia estados cuyas tasas de impuesto a las ganancias son más elevadas.

Liquidez y recursos de capital.

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

Obligaciones contractuales (En millones)	Vencimiento de pagos por período				
	Total	Menos de 1 año	1-3 años	4-5 años	Después de 5 años
Deuda a corto plazo	\$ 50	\$ 50	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda a largo plazo (neto de descuento)	3,783	7	665	69	3,042
Obligaciones por arrendamientos de capital	826	61	120	118	527
Arrendamientos operativos	3,163	212	412	403	2,136
Total de obligaciones contractuales en efectivo	\$ 7,822	\$ 330	\$1,197	\$ 590	\$ 5,705

Las fuentes primarias de liquidez son los flujos de caja provenientes de actividades de explotación y diversas líneas de crédito. El efectivo neto generado por las actividades de explotación fue de \$2,700 millones en 2002. Comparativamente, fue de \$1,600 millones y \$ 1,100 millones en 2001 y 2000, respectivamente. El aumento de efectivo generado por las actividades de explotación durante 2002 se debió principalmente al aumento en las utilidades netas, a la ventaja de la mejora en las cuentas a pagar debido a mejores rotaciones de inventario y a un aumento en los pasivos de explotación principalmente a causa del aumento en el volumen de ventas. El aumento en el efectivo generado por las actividades de explotación durante 2001 se debió principalmente al aumento de las utilidades netas, a la financiación del ESOP de la Compañía por medio de la emisión de acciones ordinarias en comparación con efectivo en el año anterior y a la mejora de la administración del inventario. El capital circulante al 31 de enero de 2003 era de \$2 mil millones, en comparación con \$1,900 millones al 1° de febrero de 2001.

El principal componente del efectivo neto usado en las actividades de inversión siguen siendo las tiendas nuevas y la infraestructura para apoyar este desarrollo. Las adquisiciones de activos fijos en efectivo fueron de \$2,400 millones en 2002. En comparación, en 2001 y 2000, fueron de \$2,200 millones y \$2,300 millones, respectivamente. La superficie de ventas minorista al 31 de enero de 2003 aumentó 17% respecto de la superficie de ventas al 1° de febrero de 2002. La superficie de ventas minorista total de 80.7 millones de pies cuadrados al 1° de febrero de 2002 representa un aumento del 19% con respecto al 2 de febrero de 2001.

El flujo de caja por actividades financieras alcanzó \$64.4 millones en 2002. Los flujos de caja por actividades financieras fueron de \$929.5 millones y \$1,100 millones en 2001 y 2000, respectivamente. Los usos de efectivo para financiación en 2002 consistieron principalmente de \$66.3 millones de pagos de dividendos en efectivo, \$62.0 millones de pagos de deudas programados y \$50.0 millones de pago de préstamos a corto plazo. Estos usos se compensaron parcialmente con ingresos generados por el ejercicio de opciones de acciones por un total de \$64.5 millones e ingresos en efectivo de \$49.3 millones del plan de compra de acciones por parte de los empleados. El efectivo generado por las actividades financieras durante 2001 se debió principalmente a la emisión de pagarés convertibles prioritarios por un monto de capital total de \$580.7 millones con vencimiento en octubre de 2021 y la emisión de pagarés por un monto de capital total de \$1,005 millones con vencimiento en febrero de 2021. Estos ingresos de efectivo se vieron contrarrestados por una disminución del efectivo generada por el pago de \$59.9 millones en concepto de dividendos en efectivo, \$63.8 millones en vencimientos de deudas programados y el pago de \$150 millones en endeudamientos a corto plazo. Durante el año 2000, el efectivo generado por las actividades de financiación incluyó la emisión de obligaciones al 8.25% por un monto de capital total de \$500 millones, con vencimiento en junio de 2010, y obligaciones al 7.5% por un monto de capital total de \$500 millones, con vencimiento en diciembre de 2005. Estos ingresos estuvieron contrarrestados por una disminución del efectivo generada por el pago de \$53.5 millones en concepto de dividendos en efectivo y \$61.3

millones en pagos de deudas programados. La razón deuda a largo plazo / capital accionario más deuda a largo plazo fue del 31.2%, 36.2% y 33.3% al cierre de los ejercicios 2002, 2001 y 2000, respectivamente.

La Compañía tiene una línea de crédito prioritaria por \$800 millones. Esta línea de crédito se dividió en un tramo de cinco años de \$400 millones, con vencimiento en agosto de 2006 y un tramo de \$400 de 364 días, con vencimiento en julio de 2003 y renovable anualmente. Esta línea de crédito se utiliza para mantener el programa de documentos comerciales de la Compañía por \$800 millones y para los endeudamientos a corto plazo. El precio de los préstamos se determina de acuerdo con las condiciones del mercado en el momento de la financiación según los términos de la línea de crédito prioritaria. La línea de crédito prioritaria contiene algunas estipulaciones restrictivas que incluyen el mantenimiento de índices financieros específicos, entre otras. La Compañía cumplía con estas estipulaciones al 31 de enero de 2003. Dieciséis instituciones bancarias participan de la línea de crédito prioritaria por \$800 millones y, al 31 de enero de 2003, no había préstamos pendientes bajo esta línea de crédito.

Asimismo, la Compañía tiene a su disposición un crédito de renovación automática y un acuerdo de garantía por un valor de \$100 millones con vencimiento en noviembre de 2003, el cual es renovable por períodos sucesivos que no excedan los 364 días cada uno. Las tasas de interés según este acuerdo se determinan al momento de solicitar el préstamo con base en las condiciones del mercado y según los términos del acuerdo. La Compañía tenía \$50 millones pendientes al 31 de enero de 2003 bajo este acuerdo, y \$136.3 millones en cuentas a cobrar de clientes preñadas como garantía.

Cinco bancos han otorgado líneas de crédito por una suma total de \$249.8 millones para la emisión de cartas de crédito documentarias y standby. Tales líneas no tienen fechas de terminación sino que se revisan en forma periódica. Se pagan comisiones de compromiso que oscilan entre 0.25% y 0.50% por año sobre los montos de las cartas de crédito standby emitidas. Las cartas de crédito pendientes sumaban \$122.4 millones al 31 de enero de 2003 y \$162.2 millones al 1° de febrero de 2002.

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

El presupuesto de capital de la Compañía para 2003 es de \$2,900 millones, incluyendo aproximadamente \$181 millones de arrendamientos operativos o de capital. Aproximadamente el 80% de este compromiso planificado corresponde a la expansión de tiendas y nuevos centros de distribución. Los planes de expansión para 2003 consisten en aproximadamente 130 tiendas, incluyendo aproximadamente cinco reubicaciones de tiendas viejas. Se

espera que esta expansión planificada aumente la superficie cubierta de ventas aproximadamente en un 15%–16%. Aproximadamente el 1% de los proyectos de 2003 serán arrendamientos construidos a la medida, 19% serán propiedades arrendadas y 80% serán propios. Al 31 de enero de 2003, la Compañía contaba con nueve centros de distribución regionales. Durante 2003, la Compañía tiene planeado comenzar la construcción de otro centro de distribución regional en Poinciana, Fla., el cual estaría en funcionamiento durante el tercer trimestre de 2004. La Compañía también tiene planeado abrir entre tres y cinco instalaciones de red de superficie plana adicionales en 2003 para madera, materiales de construcción y otros artículos largos.

La Compañía cree que bastará con fondos provenientes de las operaciones para financiar el plan de expansión 2003 y otros requisitos operativos. Sin embargo, los vuelcos económicos generales, las fluctuaciones en los precios de los productos y el impacto no anticipado de la competencia podrían afectar los fondos generados por las operaciones y nuestros planes de expansión en el futuro. Además, la disponibilidad de fondos a través de la emisión de documentos comerciales y nuevo endeudamiento puede verse afectada negativamente debido a una reducción en la calificación de la deuda o un deterioro de ciertos índices financieros. El acuerdo de crédito renovable y de garantía por \$100 millones requiere una calificación de inversión mínima para recibir financiación. No existen en estos acuerdos cláusulas que requieran una cancelación temprana en efectivo de deudas o arrendamientos existentes como resultado de una reducción en la calificación de la deuda de la Compañía o una disminución en el precio de las acciones de la Compañía. Los titulares de los \$580.7 millones en pagarés convertibles prioritarios de la Compañía pueden convertir sus pagarés en acciones ordinarias de la Compañía si no se mantiene la calificación de inversión mínima. Las calificaciones actuales de la deuda de la Compañía son las siguientes:

Calificaciones actuales de la deuda de la Compañía	S&P	Moody's	Fitch
Comercial	A1	P2	F1
Deuda prioritaria	A	A3	A
Perspectiva	Estable	Positiva	Estable

Riesgo del mercado.

La mayor exposición de la Compañía al riesgo del mercado es la pérdida potencial a raíz del impacto de las variaciones de las tasas de interés sobre la deuda a largo plazo. La política de la Compañía es administrar los riesgos de tasas de interés asociadas con esta deuda, y la Compañía cree que cualquier riesgo significativo se podría compensar con instrumentos de tasa variable a través de las líneas de crédito de la Compañía. Las tablas siguientes resumen los riesgos de mercado de la Compañía relacionados con la deuda a largo plazo, excluyendo los arrendamientos capitalizados. Las tablas presentan las principales erogaciones de efectivo y las tasas de interés relacionadas por año de vencimiento, excluyendo el descuento de emisión original no amortizado, al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002. Los valores razonables incluidos en las siguientes tablas se determinaron utilizando las tasas de mercado cotizadas o las tasas de interés actualmente disponibles para la Compañía para deuda con plazos y vencimientos restantes similares.

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

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

Vencimientos de la deuda a largo plazo por ejercicio 1° de febrero de 2002

(En millones de dólares)	Tasa fija	Tasa de interés promedio	Tasa variable	Tasa de interés promedio
2002	\$ 40	7.65%	\$ 0.1	1.55%
2003	9	7.66	0.1	1.55
2004	55	7.98	0.1	1.55
2005	609	7.32	0.1	1.55
2006	8	7.70	–	NA
En adelante	3,103	4.54%	2.1	1.65%
Total	\$ 3,824		\$ 2.5	
Valor razonable	\$ 3,811		\$ 2.5	

Normas contables recientes

En octubre de 2001, la Junta de normas contables financieras (FASB, por las iniciales en inglés) publicó la norma SFAS N° 144 sobre “Contabilidad del deterioro o la eliminación de activos de larga vida”, que reemplaza la norma SFAS N° 121 sobre “Contabilidad del deterioro o la eliminación de activos de larga vida y activos de larga vida a ser eliminados”, pero retiene muchas de las disposiciones fundamentales. Asimismo, esta declaración amplía el alcance de las operaciones discontinuadas para abarcar más transacciones de eliminación. La norma SFAS N° 144 fue adoptada por la Compañía para el ejercicio que finalizó el 31 de enero de 2003. La adopción inicial de esta norma no tuvo un impacto material sobre los estados financieros de la Compañía.

En junio de 2002, la FASB publicó la norma SFAS N° 146 sobre “Contabilidad de los costos asociados con las actividades de salida o eliminación”. Esta declaración hace nula la norma EITF N° 94-3 sobre “Reconocimiento de pasivos para ciertos beneficios de despido de empleados y otros costos para salir de una actividad (incluyendo ciertos costos incurridos durante una reestructuración)”. Esta declaración exige que el pasivo por costos asociados con una actividad de salida o eliminación se reconozcan en el momento en que se incurra el pasivo. De acuerdo con normas anteriores, un pasivo por un costo de salida se reconocía en la fecha en que la entidad se comprometía con un plan de salida. Las disposiciones de esta norma tienen vigencia para las actividades de salida o de eliminación de la compañía que se inicien después del 31 de diciembre de 2002. La gerencia cree que la adopción inicial de esta norma no tendrá un impacto material sobre los estados financieros de la Compañía.

En diciembre de 2002, la FASB publicó la norma SFAS N° 148 sobre “Contabilidad de compensación basada en acciones — Transición y divulgación”. Esta declaración modifica la norma SFAS N° 123 para suministrar métodos alternativos de transición para un cambio voluntario del método de valor intrínseco al método de valor justo para la contabilidad de compensación de los empleados basada en acciones. Esta declaración también modifica los requisitos de divulgación de la norma SFAS N° 123 y exige divulgaciones prominentes tanto en los estados financieros anuales como provisionales acerca de los métodos contables utilizados para la compensación de empleados basada en acciones y el efecto del método usado en los resultados informados. Los métodos de transición alternativos permitidos en la norma SFAS N° 148 entrarán en vigencia para la Compañía en el ejercicio que comienza el 1° de febrero de 2003. Las disposiciones de divulgación de esta norma tienen vigencia para el ejercicio que finalizó el 31 de enero de 2003. La Compañía ha elegido usar el método de transición permitido de acuerdo con esta norma. Según este método, la Compañía reconocerá el gasto por compensación por todas las adjudicaciones a empleados otorgadas, modificadas o saldadas después del 1° de febrero de 2003.

En noviembre de 2002, la FASB publicó la Interpretación N° 45 (FIN45) sobre “Requisitos de contabilidad y divulgación de los garantes para garantías, incluyendo garantías indirectas de endeudamiento de otros”. Esta interpretación suministra una guía sobre las divulgaciones que debe hacer un garante en sus estados financieros provisionales y anuales con relación a sus obligaciones de acuerdo con garantías que ha otorgado. FIN45 también aclara que los garantes deben reconocer, al momento de iniciarse la garantía, un pasivo por el valor justo de la obligación relacionada con la garantía otorgada. Las disposiciones de reconocimiento inicial y medición de esta interpretación tienen vigencia para la Compañía con relación a garantías acordadas o modificadas después del 31 de diciembre de 2002. Las disposiciones de divulgación tienen vigencia para el ejercicio que finalizó el 31 de enero de 2003. La adopción inicial de esta norma no ha tenido un impacto material sobre los estados financieros de la Compañía.

En noviembre de 2002, el EITF publicó la norma EITF 02-16 sobre “Registro contable por parte de un cliente (incluyendo un revendedor) por ciertas retribuciones recibidas de un proveedor”. EITF 02-16 establece normas para clasificar en el estado de ingresos del revendedor distintas circunstancias en las cuales un revendedor recibió retribuciones en efectivo de un proveedor. Asimismo, la norma también suministra lineamientos acerca de cómo reconocer y medir retribuciones en efectivo relacionadas con descuentos y devoluciones. Esta norma tendrá vigencia para la Compañía con relación a todos los acuerdos de reembolso por parte de proveedores acordados o modificados después del 31 de diciembre de 2002. Históricamente, la Compañía ha tratado las rebajas por volumen o los descuentos como una reducción del costo de inventario y los reembolsos de gastos operativos recibidos de proveedores como una reducción de esos gastos específicos. El tratamiento contable por parte de la Compañía de estos fondos suministrados por proveedores es coherente con la norma EITF 02-16 con la excepción de ciertos pagos por publicidad cooperativa. En el pasado, la Compañía ha tratado estos fondos como una reducción del gasto general en publicidad. De acuerdo con la norma EITF 02-16 los pagos por publicidad cooperativa deben tratarse como una reducción del costo de inventario a menos que representen un reembolso de costos específicos, incrementales e identificables incurridos por el cliente para vender el producto del proveedor. En el pasado, los pagos por publicidad cooperativa recibidos de proveedores han estado específicamente asociados a promociones para vender el producto del proveedor y, en algunos casos, han sido de naturaleza más general. Dado que la Compañía había realizado prácticamente todos los acuerdos de publicidad cooperativa correspondientes al ejercicio 2003 antes de la fecha de entrada en vigor de la norma EITF 02-16, no se espera que su adopción tenga algún efecto material en el ejercicio 2003. Actualmente la Compañía está evaluando la repercusión en el ejercicio 2004.

LOWE'S COMPANIES, INC.
ESTADOS DE UTILIDADES CONSOLIDADOS

(En millones, salvo información por acción) Ejercicios terminados el	31 de enero de 2003	% Ventas	1° de febrero de 2002	% Ventas	2 de febrero de 2001	% Ventas
Ventas netas	\$ 26,491	100.0%	\$ 22,111	100.0%	\$ 18,779	100.0%
Costo de las ventas	18,465	69.7	15,743	71.2	13,488	71.8
Margen bruto	8,026	30.3	6,368	28.8	5,291	28.2
Gastos:						
De ventas, generales y administrativos (Nota 4)	4,730	17.8	3,913	17.7	3,348	17.8
Gastos por apertura de tiendas	129	0.5	140	0.6	132	0.7
Amortización	626	2.4	517	2.4	409	2.2
Interés (Nota 14)	182	0.7	174	0.8	121	0.7
Gastos totales	5,667	21.4	4,744	21.5	4,010	21.4
Utilidades antes de deducir impuestos	2,359	8.9	1,624	7.3	1,281	6.8
Provisión para impuesto a las ganancias (Nota 12)	888	3.3	601	2.7	471	2.5
Utilidad neta	\$ 1,471	5.6%	\$ 1,023	4.6%	\$ 810	4.3%
Dividendos básicos por acción (Nota 8)	\$ 1.89		\$ 1.33		\$ 1.06	
Dividendos diluidos por acción (Nota 8)	\$ 1.85		\$ 1.30		\$ 1.05	
Dividendos en efectivo por acción	\$ 0.09		\$ 0.08		\$ 0.07	

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

LOWE'S COMPANIES, INC.
BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO

(En millones, excepto para los datos sobre valor nominal)	31 de enero de 2003	% Total	1° de febrero de 2002	% Total
Activo				
Activo corriente:				
Caja y equivalentes de caja	\$ 853	5.3 %	\$ 799	5.8 %
Inversiones a corto plazo (Nota 2)	273	1.7	54	0.4
Cuentas a cobrar — Neto (Notas 1 y 5)	172	1.1	166	1.2
Mercaderías en inventario (Nota 1)	3,968	24.6	3,611	26.3
Impuestos a las ganancias diferidos (Nota 12)	58	0.4	93	0.7
Otros activos corrientes	244	1.5	197	1.4
Total activo corriente	5,568	34.6	4,920	35.8
Bienes inmuebles, menos amortización acumulada (Notas 3 y 6)	10,352	64.3	8,653	63.0
Inversiones a largo plazo (Nota 2)	29	0.2	22	0.2
Otros activos (Nota 4)	160	0.9	141	1.0
Total del activo	\$ 16,109	100.0 %	\$ 13,736	100.0 %
Pasivos y capital propio				
Pasivo corriente:				
Endeudamiento a corto plazo (Nota 5)	\$ 50	0.3 %	\$ 100	0.7 %
Vencimientos actuales de deudas a largo plazo (Nota 6)	29	0.2	59	0.5
Cuentas a pagar	1,943	12.1	1,715	12.5
Planes de retiro para los empleados (Nota 11)	88	0.5	126	0.9
Sueldos y salarios devengados	306	1.9	221	1.6
Otros pasivos corrientes (Nota 4)	1,162	7.2	796	5.8
Total pasivo corriente	3,578	22.2	3,017	22.0
Deudas a largo plazo, menos vencimientos actuales (Notas 6, 7 y 10)	3,736	23.2	3,734	27.2
Impuestos a las ganancias diferidos (Nota 12)	478	3.0	305	2.2
Otros pasivos a largo plazo	15	0.1	6	—
Total pasivo	7,807	48.5	7,062	51.4
Capital propio (Nota 9):				
Acciones preferidas — \$5 valor nominal, ninguna emitida	—	—	—	—
Acciones ordinarias — \$0.50 valor nominal;				
Acciones emitidas y en circulación				
31 de enero de 2003	782			
1° de febrero de 2002	776			
31 de enero de 2003	391	2.4	388	2.8
Capital por encima del valor nominal	2,023	12.6	1,803	13.2
Utilidades retenidas	5,887	36.5	4,482	32.6
Otros ingresos globales acumulados	1	—	1	—
Total capital propio	8,302	51.5	6,674	48.6
Total pasivos y capital propio	\$ 16,109	100.0 %	\$ 13,736	100.0 %

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

LOWE'S COMPANIES, INC.
ESTADOS CONSOLIDADOS DEL CAPITAL PROPIO

(En millones)	Acciones ordinarias		Capital por encima del valor nominal	Utilidades retenidas	Compensación no salarial- adjudicación restringida de acciones	Otros ingresos globales acumulados	Total capital propio
	Acciones	Importe					
Saldo al 28 de enero de 2000	764.7	\$ 382	\$ 1,564	\$ 2,762	\$ (13)	\$ -	\$ 4,695
Ingreso global:							
Utilidad neta				810			
Otro ingreso global, neto de impuestos a las ganancias y ajustes de reclasificación: ganancia no realizada de valores disponibles para la venta (Nota 9)						1	
Ingreso global total							811
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones no calificadas			8				8
Dividendos en efectivo				(53)			(53)
Ejercicio de las opciones de compra de acciones de los empleados (Nota 9)	1.4	1	11				12
Plan de compra de acciones de los empleados (Nota 9)	0.9		15				15
Compensación no salarial —							
Adjudicación restringida de acciones (Nota 9)	(0.5)		(3)		11		8
Saldo al 2 de febrero de 2001	766.5	\$ 383	\$ 1,595	\$ 3,519	\$ (2)	\$ 1	\$ 5,496
Ingreso global:							
Utilidad neta				1,023			
Ingreso global total							1,023
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones no calificadas			35				35
Dividendos en efectivo				(60)			(60)
Ejercicio de las opciones de compra de acciones de los empleados (Nota 9)	5.6	3	74				77
Acciones emitidas para el ESOP (Notas 9 y 14)	1.9	1	62				63
Plan de compra de acciones de los empleados (Nota 9)	1.7	1	37				38
Compensación no salarial —							
Adjudicación restringida de acciones (Nota 9)					2		2
Saldo al 1° de febrero de 2002	775.7	\$ 388	\$ 1,803	\$ 4,482	\$ -	\$ 1	\$ 6,674
Ingreso global:							
Utilidad neta				1,471			
Ingreso global total							1,471
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones no calificadas			29				29
Dividendos en efectivo				(66)			(66)
Ejercicio de las opciones de compra de acciones de los empleados (Nota 9)	2.9	1	64				65
Acciones emitidas para el ESOP (Notas 9 y 14)	1.9	1	78				79
Plan de compra de acciones de los empleados (Nota 9)	1.4	1	49				50
Saldo al 31 de enero de 2003	781.9	\$ 391	\$ 2,023	\$ 5,887	\$ -	\$ 1	\$ 8,302

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

LOWE'S COMPANIES, INC.
ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE CAJA

(En millones) Ejercicios terminados el	31 de enero de 2003	1º de febrero de 2002	2 de febrero de 2001
Flujo de caja de actividades de explotación:			
Utilidad neta	\$ 1,471	\$ 1,023	\$ 810
Ajustes para conciliar los beneficios netos con el efectivo neto por actividades de explotación:			
Depreciación y amortización	645	534	410
Impuestos a las ganancias diferidos	208	42	23
Pérdida por enajenación/amortización de activos fijos y otros activos	18	39	23
Efecto impositivo del ejercicio de la opción de compra de acciones	29	35	7
Cambios en el activo y pasivo de explotación:			
Cuentas a cobrar — Neto	(6)	(5)	(13)
Mercaderías en inventario	(357)	(326)	(473)
Otros activos de explotación	(41)	(37)	(60)
Cuentas a pagar	228	1	158
Planes de retiro para empleados	40	114	(26)
Otros pasivos de explotación	461	193	271
Efectivo neto por actividades de explotación	2,696	1,613	1,130
Flujo de caja por actividades de inversión:			
(Aumento) Disminución de activos de inversión:			
Inversiones a corto plazo	(203)	(30)	76
Compras de inversiones a largo plazo	(24)	(1)	(14)
Ingreso por la venta/vencimiento de inversiones a largo plazo	—	3	1
Aumento de otros activos a largo plazo	(33)	(14)	(52)
Activos fijos adquiridos	(2,362)	(2,199)	(2,332)
Ingreso por la venta de activos fijos y otros activos a largo plazo	44	42	71
Efectivo neto en actividades de inversión	(2,578)	(2,199)	(2,250)
Flujo de caja por actividades financieras:			
(Disminución) Aumento neto del endeudamiento a corto plazo	(50)	(150)	157
Endeudamiento a largo plazo	—	1,087	1,015
Pago de la deuda a largo plazo	(63)	(63)	(61)
Ingresos por el plan de compra de acciones de los empleados	50	38	15
Ingreso por el ejercicio de las opciones de compra de acciones	65	77	12
Pago de dividendos en efectivo	(66)	(60)	(53)
Efectivo neto (usado en) suministrado por actividades financieras	(64)	929	1,085
Aumento (Disminución) neto de caja y equivalentes de caja	54	343	(35)
Caja y equivalentes de caja, al inicio del ejercicio	799	456	491
Caja y equivalentes de caja, al cierre del ejercicio	\$ 853	\$ 799	\$ 456

Véanse las notas adjuntas a los estados financieros consolidados.

Nota 1: Resumen de las políticas contables más importantes.

La Compañía ocupa el segundo lugar en el mundo entre las empresas minoristas dedicadas a las mejoras en el hogar. Al 31 de enero de 2003 operaba 854 tiendas en 44 estados. A continuación se detallan las políticas contables que la Compañía considera significativas.

Ejercicio económico El ejercicio económico de la compañía finaliza el viernes más cercano al 31 de enero. Los ejercicios que finalizaron el 31 de enero de 2003 y el 1º de febrero de 2002 fueron de 52 semanas. El ejercicio finalizado el 2 de febrero de 2001 abarcó 53 semanas. Todas las referencias que aquí se hacen a los años 2002, 2001 y 2000 representan los ejercicios que terminaron el 31 de enero de 2003, el 1º de febrero de 2002 y el 2 de febrero de 2001, respectivamente.

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

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

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

Inversiones La Compañía tiene un programa de administración de efectivo que dispone la inversión de los saldos de efectivo, que no se planea utilizar en las operaciones actuales, en instrumentos financieros con vencimientos de hasta 10 años. Las inversiones, excluyendo los equivalentes de caja, con fechas de vencimiento a un año o menos a partir de la fecha del balance o que se espera que se usen en las operaciones actuales, se clasifican como inversiones a corto plazo. Todas las demás inversiones se clasifican como inversiones a largo plazo. Las inversiones consisten fundamentalmente en acciones preferidas del mercado monetario, obligaciones municipales, bonos de organismos del gobierno y pagarés de empresas.

La Compañía ha clasificado todos los valores de inversión como disponibles para la venta y los mismos se venden a su valor de mercado. Las ganancias y pérdidas no realizadas de tales valores se incluyen en otros ingresos globales acumulados en el capital propio.

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

Cuentas a cobrar La mayoría de las cuentas a cobrar son por ventas a clientes comerciales. La previsión por deudores morosos se basa en la experiencia histórica y en una revisión de las cuentas a cobrar existentes. Al 31 de enero de 2003 y al 1º de febrero de 2002, la previsión por deudores morosos ascendía a \$7.0 millones y \$4.9 millones respectivamente.

Las ventas generadas a través de la tarjeta de crédito propia de la Compañía no se reflejan en las cuentas a cobrar. En virtud de un acuerdo con Monogram Credit Card Bank of Georgia (el Banco) y General Electric Capital Financial (GECF), subsidiarias de propiedad absoluta de General Electric Capital Corporation (GECC), el crédito a los consumidores es otorgado directamente a los clientes por el Banco y GECF. Todos los servicios relacionados con el programa de crédito son realizados y controlados por el Banco y GECF. Al finalizar el acuerdo, la Compañía tiene la opción, pero no la obligación, de comprar las cuentas a cobrar. La cartera total de cuentas a cobrar administradas por GECC era de aproximadamente \$3,300 millones al 31 de enero de 2003 y \$2,900 millones al 1º de febrero de 2002.

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

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

Bienes raíces y amortización Los bienes raíces se registran al costo. Los costos relacionados con incorporaciones de gran envergadura se capitalizan y amortizan. Se espera que los activos de capital rindan beneficios en el futuro, tengan vidas útiles que superen un año y tengan un costo de adquisición mínimo basado en el tipo de activo en cuestión. El costo total de un activo de capital suele incluir todos los impuestos a las ventas aplicables, costos de entrega, costos de instalación y otros costos apropiados incurridos por la Compañía en el caso de activos construidos por la Compañía. Al deshacerse de un bien, el costo y su respectiva

amortización acumulada se eliminan de las cuentas y se reflejan las ganancias y las pérdidas en los resultados.

La amortización se realiza durante la vida útil estimada de los activos sujetos a amortización. En general los activos se amortizan utilizando el método de amortización uniforme. Las mejoras en arrendamiento se amortizan durante el tiempo que sea menor: la vida útil estimada o el período del respectivo arrendamiento.

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

Autoseguro La Compañía cuenta con un autoseguro para determinadas pérdidas relacionadas con reclamos por compensación de trabajadores, vehículos, así como reclamos generales y relativos a productos. La compañía cuenta con cobertura contra pérdidas para limitar la exposición que surja de estos reclamos. Los reclamos de autoseguro presentados o los reclamos incurridos pero no informados se acumulan de acuerdo con las estimaciones de la gerencia con relación al pasivo acumulado por reclamos incurridos no asegurados usando suposiciones actuariales seguidas en la industria del seguro y la experiencia histórica. La reserva de la Compañía para autoseguro fue de \$243.5 millones y \$171.2 millones para 2002 y 2001, respectivamente. Si bien la gerencia considera que tiene la habilidad para registrar adecuadamente las pérdidas estimadas relativas a reclamos, es posible que los resultados reales difieran de los pasivos de autoseguro registrados.

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

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

Costos de deterioro/cierre de tiendas Las pérdidas relacionadas con el deterioro de los activos de larga vida y con la venta de esos activos se reconocen cuando las circunstancias indican que el valor contable de los activos puede no ser recuperable. En el momento en que la gerencia decide cerrar o reubicar una tienda, o cuando existen indicadores de que el valor contable de los activos puede no ser recuperable, la Compañía evalúa el valor contable de los activos con relación a los flujos de caja esperados en el futuro. Si el valor contable de los activos es mayor que los flujos de caja esperados en el futuro y el valor razonable de los activos es menor que el valor contable, se realiza una reserva para el deterioro de los activos basada en el valor razonable de los activos. Las pérdidas por deterioro debidas al cierre de bienes inmuebles se registran cuando el valor contable de los activos supera el valor razonable. La pérdida por deterioro se mide con base en el exceso del valor contable sobre el valor razonable estimado. Cuando la ubicación de una tienda arrendada se deteriora o se cierra, se dispone una

reserva por el valor actual de las obligaciones futuras de arrendamiento, neta de ingresos anticipados por subarrendamiento. Las reservas por los costos de deterioro y de cierre de tiendas se incluyen en gastos por ventas, generales y administrativos.

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

Fondos de proveedores La Compañía recibe fondos de proveedores durante el curso normal de las operaciones por diversos motivos, incluyendo descuentos por volumen de compra, pagos por publicidad cooperativa, y costos relacionados con servicio de terceros en la tienda. Los descuentos relacionados con volumen se registran con base en volúmenes de compra estimados y experiencia histórica y se tratan como gastos de reducción de inventario al momento de la compra. Los fondos de proveedores recibidos por costos relacionados con servicios de terceros en la tienda y otros fondos de proveedores recibidos como reembolso por costos específicos, incrementales e identificables se reconocen como una reducción del gasto relacionado. Los pagos por publicidad cooperativa recibidos de proveedores se han usado históricamente para compensar los gastos generales de publicidad de la Compañía. De acuerdo con los lineamientos establecidos en Emerging Issues Task Force (EITF) 02-16 sobre "Registro contable por parte de un cliente (incluyendo un revendedor) por ciertas retribuciones recibidas de un proveedor", los pagos por publicidad cooperativa deben tratarse como una reducción del costo de inventario a menos que representen un reembolso por costos específicos, incrementales e identificables incurridos por el cliente para vender el producto del proveedor. De acuerdo con las reglas de transición establecidas en EITF 02-16, se exige este tratamiento para todos los acuerdos hechos o modificados después del 31 de diciembre de 2002. Como la Compañía ha hecho prácticamente todos los acuerdos de pagos de publicidad cooperativa relacionados con el ejercicio 2003 antes del 1° de enero de 2003, la implementación de estas normas no tendría una repercusión material en el ejercicio 2003. La Compañía está analizando actualmente la repercusión en el ejercicio 2004.

Publicidad Los costos relacionados con la publicidad se imputan a operaciones cuando ocurren. Los gastos de publicidad ascendieron a \$114.3 millones, \$94.3 millones y \$114.1 millones en 2002, 2001 y 2000, respectivamente.

Compensación basada en acciones La Compañía aplicó el método contable de valor intrínseco para los planes de compensación basados en acciones durante 2002, 2001 y 2000. Por lo tanto, no se ha reconocido ningún gasto por compensación con base accionaria cuando el precio de la opción se aproxima al valor de mercado razonable de las acciones en la fecha de su otorgamiento, que no fuera por adjudicaciones de acciones restringidas. Si los gastos de compensación para las opciones de compra de acciones otorgadas en 2002, 2001 y 2000 se hubieran determinado usando el método del valor razonable, las utilidades netas de la Compañía y las utilidades por acción se aproximarían a los siguientes montos pro forma:

(En millones, salvo información por acción)	2002	2001	2000
Ingresos netos según se informa	\$ 1,471	\$ 1,023	\$ 810
Deducir: Gasto total de compensación de empleados basada en acciones determinado según el método basado en el valor razonable para todas las adjudicaciones, neto de los efectos impositivos relacionados	(85)	(55)	(37)
Ingresos netos pro forma	\$ 1,386	\$ 968	\$ 773
Utilidades por acción:			
Básicas – según se informa	\$ 1.89	\$ 1.33	\$ 1.06
Básicas – pro forma	\$ 1.78	\$ 1.25	\$ 1.01
Diluidas – según se informa	\$ 1.85	\$ 1.30	\$ 1.05
Diluidas – pro forma	\$ 1.73	\$ 1.22	\$ 1.01

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

	2002	2001	2000
Promedio ponderado del valor razonable por acción	\$ 19.22	\$ 17.39	\$ 11.57
Presunciones utilizadas:			
Promedio ponderado de la volatilidad esperada	43.7%	41.1%	37.7%
Promedio ponderado de la rentabilidad esperada del dividendo	0.27%	0.23%	0.41%
Promedio ponderado de la tasa de interés sin riesgo	4.35%	4.58%	5.15%
Promedio ponderado de la vida esperada, en años	4.0-7.0	7.0	7.0

La Compañía planea comenzar a reconocer los gastos de compensación relacionados con opciones de compra de acciones otorgadas de acuerdo con el método del valor razonable definido en la norma SFAS N°123 sobre “Contabilidad para bonificaciones con base accionaria” modificada por la norma SFAS N° 148 sobre “Contabilidad de compensación basada en acciones — Transición y divulgación” para el ejercicio que comenzó el 1° de febrero de 2003. Consulte la sección sobre Normas contables recientes para obtener más información.

Costos de envío y manejo La Compañía incluye los costos de envío y manejo relacionados con el envío de productos a clientes a través de terceros en el costo de ventas. Los costos de envío y manejo, que incluyen los gastos de salarios y vehículos relacionados con la entrega de productos a clientes por parte de la Compañía, se clasifican como gastos de ventas, generales y administrativos y gastos de amortización. Los gastos de envío y manejo incluidos en los gastos de ventas, generales y administrativos y gastos de amortización fueron de \$208.1 millones, \$177.5 millones y \$161.1 millones durante 2002, 2001 y 2000, respectivamente.

Normas contables recientes En octubre de 2001, la Junta de normas contables financieras (FASB, por las iniciales en inglés) publicó la norma SFAS N° 144 sobre “Contabilidad del deterioro o la eliminación de activos de larga vida”, que reemplaza la norma SFAS N° 121 sobre “Contabilidad del deterioro o la eliminación de

activos de larga vida o activos de larga vida a ser eliminados”, pero retiene muchas de las disposiciones fundamentales. Asimismo, esta declaración amplía el alcance de las operaciones discontinuadas para abarcar más transacciones de eliminación. La norma SFAS N° 144 fue adoptada por la Compañía para el ejercicio que finalizó el 31 de enero de 2003. La adopción inicial de esta norma no tuvo un impacto material sobre los estados financieros de la Compañía.

En junio de 2002, la FASB publicó la norma SFAS N° 146 sobre “Contabilidad de los costos asociados con las actividades de salida o eliminación”. Esta declaración hace nula la norma EITF N° 94-3 sobre “Reconocimiento de pasivos para ciertos beneficios de despido de empleados y otros costos para salir de una actividad (incluyendo ciertos costos incurridos durante una reestructuración)”. Esta declaración exige que el pasivo por costos asociados con una actividad de salida o eliminación se reconozcan en el momento en que se incurra el pasivo. De acuerdo con normas anteriores, un pasivo por un costo de salida se reconocía en la fecha en que la entidad se comprometía con un plan de salida. Las disposiciones de esta norma tienen vigencia para las actividades de salida o de eliminación de la Compañía que se inicien después del 31 de diciembre de 2002. La gerencia cree que la adopción inicial de esta norma no tendrá un impacto material sobre los estados financieros de la Compañía.

En diciembre de 2002, la FASB publicó la norma SFAS N° 148 sobre “Contabilidad de compensación basada en acciones — Transición y divulgación”. Esta declaración modifica la norma SFAS N° 123 para suministrar métodos alternativos de transición para un cambio voluntario del método de valor intrínseco al método de valor justo para la contabilidad de compensación de los empleados basada en acciones. Esta declaración también modifica los requisitos de divulgación de la norma SFAS N° 123 y exige divulgaciones prominentes tanto en los estados financieros anuales como provisionales acerca de los métodos contables utilizados para la compensación de empleados basada en acciones y el efecto del método usado en los resultados informados. Los métodos de transición alternativos permitidos en la norma SFAS N° 148 entrarán en vigencia para la Compañía en el ejercicio que comienza el 1° de febrero de 2003. Las disposiciones de divulgación de esta norma tienen vigencia para el ejercicio que finalizó el 31 de enero de 2003. La Compañía ha elegido usar el método de transición permitido de acuerdo con esta norma. Según este método, la Compañía reconocerá el gasto por compensación por todas las adjudicaciones a empleados otorgadas, modificadas o saldadas después del 1° de febrero de 2003.

En noviembre de 2002, la FASB publicó la Interpretación N° 45 (FIN45) sobre “Requisitos de contabilidad y divulgación de los garantes para garantías, incluyendo garantías indirectas de endeudamiento de otros”. Esta interpretación suministra una guía sobre las divulgaciones que debe hacer un garante en sus estados financieros provisionales y anuales con relación a sus obligaciones de acuerdo con garantías que ha otorgado. FIN45 también aclara que los garantes deben reconocer, al momento de iniciarse la garantía, un pasivo por el valor justo de la obligación relacionada con la garantía otorgada. Las disposiciones de reconocimiento inicial y medición de esta interpretación tienen vigencia para la Compañía con relación a garantías

acordadas o modificadas después del 31 de diciembre de 2002. Las disposiciones de divulgación tienen vigencia para el ejercicio que finalizó el 31 de enero de 2003. La adopción inicial de esta norma no ha tenido un impacto material sobre los estados financieros de la Compañía.

En noviembre de 2002, el EITF publicó la norma EITF 02-16 sobre "Registro contable por parte de un cliente (incluyendo un revendedor) por ciertas retribuciones recibidas de un proveedor". EITF 02-16 establece normas para clasificar en el estado de ingresos del revendedor distintas circunstancias en las cuales un revendedor recibió retribuciones en efectivo de un proveedor. Asimismo, la norma también suministra lineamientos acerca de cómo reconocer y medir retribuciones en efectivo relacionadas con descuentos y devoluciones. Esta norma tendrá vigencia para la Compañía con relación a todos los acuerdos de reembolso por parte de proveedores acordados o modificados después del 31 de diciembre de 2002. Históricamente, la Compañía ha tratado las rebajas por volumen o los descuentos como una reducción del costo de inventario y los reembolsos de gastos operativos recibidos de proveedores como una reducción de esos gastos específicos. El tratamiento contable por parte de la Compañía de estos fondos suministrados por proveedores es coherente con la norma EITF 02-16 con la excepción de ciertos pagos por publicidad cooperativa. En el pasado, la Compañía ha tratado estos fondos como una reducción del gasto general en publicidad. De acuerdo con la norma EITF 02-16 los pagos por publicidad cooperativa deben tratarse como una reducción del costo de inventario a menos que representen un reembolso de costos específicos, incrementales e identificables incurridos por el cliente para vender el producto del proveedor. En el pasado, los pagos por publicidad cooperativa recibidos de proveedores han estado específicamente asociados a promociones para vender el producto del proveedor y, en algunos casos, han sido de naturaleza más general. Dado que la Compañía había realizado prácticamente todos los acuerdos de publicidad cooperativa correspondientes al ejercicio 2003 antes de la fecha de entrada en vigor de la norma EITF 02-16, no se espera que su adopción tenga algún efecto material en el ejercicio 2003. Actualmente la Compañía está evaluando la repercusión en el ejercicio 2004.

Nota 2: Inversiones.

Los valores de inversión de la Compañía se clasifican como disponibles para la venta. El costo amortizado, las ganancias y pérdidas brutas no realizadas por tenencia y los valores razonables de las inversiones al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002 eran los siguientes:

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

(En millones) Tipo	Costo amortizado	1° de febrero de 2002		Valor razonable
		Ganancias brutas no realizadas	Pérdidas brutas no realizadas	
Obligaciones municipales	\$ 9	\$ -	\$ -	\$ 9
Acciones preferidas del mercado monetario	40	-	-	40
Pagarés de empresas	5	-	-	5
Clasificados a corto plazo	54	-	-	54
Obligaciones municipales	16	1	-	17
Pagarés de empresas	5	-	-	5
Clasificados a largo plazo	21	1	-	22
Total	\$ 75	\$ 1	\$ -	\$ 76

El producto de las ventas de valores disponibles para la venta ascendió a \$2.0 millones, \$1.0 millón y \$8.6 millones para 2002, 2001 y 2000, respectivamente. Las ganancias y pérdidas brutas y no realizadas por la venta de valores disponibles para la venta no fueron significativas para ninguno de los periodos que se presentan. Las obligaciones municipales y los bonos de organismos del gobierno clasificados a largo plazo al 31 de enero de 2003 vencerán en un periodo de uno a cinco años.

Nota 3: Bienes muebles e inmuebles y amortización acumulada.

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

(En millones)	31 de enero de 2003	1° de febrero de 2002
Costo:		
Terrenos	\$ 3,133	\$ 2,623
Edificios	5,092	4,276
Equipamiento	3,663	3,106
Mejoras en locales arrendados	929	627
Costo total	12,817	10,632
Depreciación acumulada y amortización	(2,465)	(1,979)
Bienes inmuebles netos	\$ 10,352	\$ 8,653

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

Los bienes muebles e inmuebles netos comprenden \$460.9 millones en activos bajo arrendamientos de capital al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002, respectivamente.

Nota 4: Costos de deterioro y de cierre de tiendas.

En el momento en que la gerencia decide cerrar o reubicar una tienda, o cuando existen indicadores de que el valor contable de los activos puede no ser recuperable, se evalúa el valor contable de los activos con relación a los flujos de caja esperados en el futuro. Las pérdidas relacionadas con el deterioro de los activos de larga vida se reconocen cuando los flujos de caja futuros que se esperan son menores que el valor contable de los activos. Si el valor contable de los activos es mayor que los flujos de caja esperados en el futuro y el valor razonable de los activos es menor que el valor contable, se realiza una reserva para el deterioro de los activos basada en el exceso del valor contable con relación al valor razonable de los activos. El valor razonable de los activos suele basarse en valoraciones internas y externas y en la experiencia histórica de la Compañía. Las reservas por los costos de deterioro y de cierre de tiendas se incluyen en gastos de ventas, generales y administrativos.

El valor contable de los bienes inmuebles de las tiendas cerradas se incluye en otros activos y al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002 ascendía a \$93.5 millones y \$81.6 millones, respectivamente.

Cuando las ubicaciones de tiendas arrendadas se deterioran o se cierran, se reconoce un pasivo por el valor actual neto de las obligaciones futuras de arrendamiento, neto de ingresos anticipados por subarrendamiento. La siguiente tabla ilustra este pasivo y los cambios respectivos en la obligación, que se incluyen en el pasivo corriente en los balances de situación consolidados.

(En millones)	Pasivo de arrendamientos	
Saldo al 28 de enero de 2000		\$ 17
Acumulación por costo de cierre de tiendas		8
Pago de arrendamientos, neto de ingresos por subarrendamiento	(6)	
Saldo al 2 de febrero de 2001		\$ 19
Acumulación por costo de cierre de tiendas		6
Pago de arrendamientos, neto de ingresos por subarrendamiento	(8)	
Saldo al 1° de febrero de 2002		\$ 17
Acumulación por costo de cierre de tiendas		9
Pago de arrendamientos, neto de ingresos por subarrendamiento	(10)	
Saldo al 31 de enero de 2003		\$ 16

Nota 5: Endeudamiento a corto plazo y líneas de crédito.

La Compañía tiene una línea de crédito prioritaria por \$800 millones. Esta línea de crédito se dividió en un tramo de cinco años de \$400 millones, con vencimiento en agosto de 2006 y un tramo de \$400 millones de 364 días, con vencimiento en julio de 2003 y renovable anualmente. Esta línea de crédito se utiliza para mantener el programa de documentos comerciales de la Compañía por \$800 millones y para los endeudamientos a corto plazo. El precio de los préstamos se determina de acuerdo con las condiciones del mercado en el momento de

la financiación según los términos de la línea de crédito prioritaria. La línea de crédito prioritaria contiene algunas estipulaciones restrictivas que incluyen el mantenimiento de índices financieros específicos, entre otras. La Compañía cumplía con estas estipulaciones al 31 de enero de 2003. Dieciséis instituciones bancarias participan de la línea de crédito prioritaria por \$800 millones y, al 31 de enero de 2003, no había préstamos pendientes bajo esta línea de crédito.

La Compañía también tiene un acuerdo de crédito de renovación automática y un acuerdo de garantía por un valor de \$100 millones con vencimiento en noviembre de 2003 y renovable anualmente con una institución financiera. Las tasas de interés según este acuerdo se determinan al momento de solicitar el préstamo con base en las condiciones del mercado y según los términos del acuerdo. La Compañía tenía \$50 millones pendientes al 31 de enero de 2003 bajo este acuerdo. Al 31 de enero de 2003, la Compañía tenía \$136.3 millones en cuentas a cobrar prendadas como garantía bajo este acuerdo.

Cinco bancos han otorgado líneas de crédito por una suma total de \$249.8 millones para la emisión de cartas de crédito documentarias y standby. Tales líneas no tienen fechas de terminación sino que se revisan en forma periódica. Se pagan comisiones de compromiso que oscilan entre 0.25% y 0.50% por año sobre los montos de las cartas de crédito standby. Las cartas de crédito pendientes sumaban \$122.4 millones al 31 de enero de 2003 y \$162.2 millones al 1° de febrero de 2002.

La tasa de interés para endeudamientos pendientes a corto plazo al 31 de enero de 2003 era 1.4%. Al 1° de febrero de 2002, la tasa de interés promedio ponderada para endeudamientos a corto plazo era de 1.9%.

Nota 6: Deuda a largo plazo.

(En millones)	Tasas de interés	Ejercicio económico de vencimiento final	31 de enero de 2003	1° de febrero de 2002
Deuda asegurada: ¹				
Pagarés hipotecarios	7.00% a 9.25%	2028	\$ 55	\$ 65
Deuda no garantizada:				
Obligaciones	6.50% a 6.88%	2029	692	692
Pagarés	7.50% a 8.25%	2010	995	994
Pagarés a mediano plazo – Serie A	7.35% a 8.20%	2023	74	106
Pagarés a mediano plazo ² – Serie B	6.70% a 7.61%	2037	266	266
Pagarés prioritarios	6.38%	2005	100	100
Pagarés convertibles	0.9% a 2.5%	2021	1,119	1,103
Arrendamientos de capital	6.58% a 19.57%	2029	464	467
Total deuda a largo plazo			3,765	3,793
menos vencimientos actuales			29	59
Deuda a largo plazo, excluyendo Vencimientos actuales			\$3,736	\$3,734

¹Al 31 de enero de 2003 se habían prendado bienes inmuebles con un valor contable total de \$132.3 millones como garantía por deuda asegurada.

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

Los vencimientos de las deudas, excluyendo los arrendamientos de capital, para los próximos cinco ejercicios son los siguientes: 2003, \$8.2 millones; 2004, \$55.6 millones; 2005, \$608.9 millones; 2006, \$7.7 millones; 2007, \$60.9 millones.

Las obligaciones, los pagarés prioritarios, los pagarés a mediano plazo y los pagarés convertibles de la Compañía contienen ciertas estipulaciones financieras entre las que se incluyen el mantenimiento de índices financieros específicos, entre otras. La Compañía cumplía con estas estipulaciones al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002.

En octubre de 2001, la Compañía emitió pagarés convertibles prioritarios por un monto de capital total de \$580.7 millones con un precio de emisión de \$861.03 por pagaré. El interés sobre los pagarés, con una tasa del 0.8610% anual sobre el monto de capital al momento del vencimiento, se abona con mora dos veces por año hasta octubre de 2006. Después de esa fecha, la Compañía no abonará intereses en efectivo sobre los pagarés antes del vencimiento. En lugar de ello, en octubre de 2021, cuando vencen los pagarés, el titular recibirá \$1,000 por pagaré, lo que representa un rendimiento al vencimiento de aproximadamente 1%. Los titulares pueden convertir sus pagarés en 17.212 acciones ordinarias de la Compañía, cantidad sujeta a ajuste, sólo si: el precio de venta de las acciones ordinarias de la compañía alcanza umbrales especificados, la calificación crediticia de los pagarés se encuentra por debajo de un nivel especificado, se anuncia el rescate de los pagarés, o han ocurrido determinadas transacciones. Los titulares pueden requerir que la Compañía compre todos los pagarés o una parte de ellos en octubre de 2003 o en octubre de 2006 a un precio de \$861.03 por pagaré más intereses acumulados en efectivo, si los hubiere, o en octubre de 2011, a un precio de \$905.06 por pagaré. La Compañía puede optar por pagar el precio de compra de los pagarés en efectivo o en acciones ordinarias, o en una combinación de efectivo y acciones ordinarias. Además, si se produce un cambio en el control de la Compañía en octubre de 2006 o antes, cada titular puede requerir que la Compañía compre, a cambio de efectivo, todos los pagarés del titular o una parte de ellos. La Compañía puede amortizar por efectivo todos los pagarés o una parte de ellos en cualquier momento a partir de octubre de 2006 a un precio igual a la suma del precio de emisión más el descuento de emisión original acumulado y los intereses acumulados en efectivo, si los hubiere, a la fecha de amortización. Las condiciones que permitirían la conversión no se habían satisfecho al 31 de enero de 2003.

En febrero de 2001, la Compañía emitió pagarés convertibles por un monto de capital total de \$1,005 millones con un precio de emisión de \$608.41 por pagaré. No se pagará interés sobre los pagarés antes del vencimiento en febrero de 2021. En ese momento, los titulares recibirán \$1,000 por pagaré, lo que representa un rendimiento al vencimiento del 2.5%. Los titulares pueden convertir sus pagarés en cualquier momento en la fecha de vencimiento o antes, a menos que los pagarés hayan sido comprados o amortizados anteriormente, y obtener a cambio 16.448 acciones ordinarias de la Compañía por cada pagaré. Los titulares de los pagarés pueden requerir que la Compañía compre todos los pagarés o una parte de ellos en febrero de 2004 a un precio de \$655.49 por pagaré o en febrero de 2011 a un precio de \$780.01 por pagaré. En

cualquiera de estas fechas, la Compañía puede optar por pagar el precio de compra de los pagarés en efectivo o en acciones ordinarias, o en una combinación de efectivo y acciones ordinarias. Además, si se produce un cambio en el control de la Compañía en febrero de 2004 o antes, cada titular puede requerir que la Compañía compre, a cambio de efectivo, todos los pagarés del titular o una parte de ellos.

Nota 7: Instrumentos financieros.

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

(En millones)	31 de enero de 2003		1° de febrero de 2002	
	Valor contable	Valor razonable	Valor contable	Valor razonable
Pasivos:				
Deuda a largo plazo				
(Excluyendo los arrendamientos de capital)	\$ 3,302	\$ 3,747	\$ 3,327	\$ 3,814

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

Nota 8: Utilidades por acción.

Las utilidades básicas por acción excluyen la dilución y se calculan dividiendo las utilidades netas por el número promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación para el período. Las utilidades diluidas por acción se calculan con base en el promedio ponderado de acciones ordinarias según ajuste por el posible efecto de dilución de las opciones de compra de acciones y los pagarés convertibles correspondientes a la fecha del balance. El efecto de la conversión supuesta de los pagarés prioritarios convertibles por \$580.7 millones, emitidos en octubre de 2001, se excluyó de las utilidades diluidas por acción para los ejercicios finalizados el 31 de enero de 2003 y el 1° de febrero de 2002 porque ninguna de las condiciones que permitirían la conversión se había satisfecho durante el periodo (Nota 6). La conciliación de la utilidad básica por acción para 2002, 2001 y 2000 se expresa a continuación.

(En millones, salvo información por acción)	2002	2001	2000
Utilidades básicas por acción			
Utilidad neta	\$ 1,471	\$ 1,023	\$ 810
Promedio ponderado de acciones			
En circulación	779	772	766
Dividendos básicos por acción	\$ 1.89	\$ 1.33	\$ 1.06
Utilidad diluida por acción:			
Utilidad neta	\$ 1,471	\$ 1,023	\$ 810
Utilidad neta ajustada según los intereses de la deuda convertible, neto de impuestos	11	10	—
Utilidad neta, según ajuste	\$ 1,482	\$ 1,033	\$ 810
Promedio ponderado de acciones			
En circulación	779	772	766
Efecto de dilución de las opciones de compra de acciones	4	7	3
Efecto de dilución de la deuda convertible	17	16	—
Promedio ponderado de acciones, según ajuste	800	795	769
Utilidad diluida por acción:	\$ 1.85	\$ 1.30	\$ 1.05

Nota 9: Capital propio.

Al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002, la cantidad de acciones ordinarias autorizadas ascendía a 2,800 millones.

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

La Compañía posee un plan de derechos de los accionistas que dispone una distribución que otorga el derecho de compra de 0.5 acciones preferidas por cada acción ordinaria en circulación. Los derechos de compra se podrán ejercer y distribuir solamente si una persona o un grupo adquiere o inicia una oferta por el 15% o más de las acciones ordinarias de la Compañía. Una vez ejercible, cada

derecho de compra de 0.5 dará a los accionistas (excepto a la persona o grupo comprador) el derecho de comprar una unidad de una serie de acciones preferidas por \$76.25; el precio de la unidad para la persona o el grupo comprador en ese caso será de \$152.50. La intención es que cada unidad sea equivalente a una acción ordinaria. El plan fue adoptado como factor disuasivo contra las ofertas no solicitadas para adquirir control de la Compañía. Los derechos expirarán en 2008, salvo que la Compañía los amortice o canjee antes.

La Compañía tiene tres planes de incentivos para la compra de acciones, a los que se conoce como Programas de incentivo “2001,” “1997” y “1994”, en virtud de los cuales se pueden conceder a empleados clave incentivos y opciones de compra de acciones no calificadas. No se podrán hacer adjudicaciones después de 2011 bajo el plan 2001, después de 2007 bajo el plan 1997 y después de 2004 bajo el plan 1994. Las opciones de compra de acciones generalmente son por períodos de siete años; normalmente se toma posesión de manera uniforme a lo largo de tres años y se asigna a las opciones un precio de ejercicio que no es inferior al del valor razonable de mercado en la fecha en que se otorgan. Al 31 de enero de 2003, había 20,891,436; 2,059,958 y 1,398,360 acciones disponibles para su otorgamiento bajo los planes 2001, 1997 y 1994, respectivamente.

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

Planes de adquisición de acciones por parte de empleados clave

	Acciones (En miles)	Precio promedio ponderado de ejercicio por acción
En circulación al 28 de enero de 2000	11,066	\$16.18
Otorgadas	7,370	\$23.39
Canceladas o vencidas	(1,672)	\$23.33
Ejercidas	(1,256)	\$10.03
En circulación al 2 de febrero de 2001	15,508	\$19.43
Otorgadas	10,866	\$34.17
Canceladas o vencidas	(1,611)	\$25.50
Ejercidas	(5,622)	\$14.99
En circulación al 1° de febrero de 2002	19,141	\$28.77
Otorgadas	5,537	\$43.65
Canceladas o vencidas	(1,085)	\$34.28
Ejercidas	(2,942)	\$22.20
En circulación al 31 de enero de 2003	20,651	\$33.37
Ejercibles al 31 de enero de 2003	7,770	\$23.75
Ejercibles al 1° de febrero de 2002	6,707	\$21.67
Ejercibles al 2 de febrero de 2001	9,422	\$16.94

Variación de los precios durante el ejercicio	En circulación		Ejercibles		
	Opciones (En miles)	Promedio ponderado periodo restante	Precio promedio ponderado de ejercicio	Opciones (En miles)	Precio promedio ponderado de ejercicio
\$5.18 - \$7.52	95	2.4	\$ 5.96	95	\$ 5.96
8.70 - 12.90	31	3.0	11.67	31	11.67
13.19 - 19.44	236	4.3	15.07	235	15.07
21.34 - 31.16	11,178	4.3	25.23	7,310	24.13
\$32.04 - \$45.70	9,111	6.0	44.16	99	37.12
Totales	20,651	5.1	\$ 33.37	7,770	\$ 23.75

Durante 1998 y 1997 se realizaron adjudicaciones de acciones restringidas de 20,000 y 1,741,400 acciones a ciertos ejecutivos, con valores promedio ponderados de mercado por acción de \$17.57 y \$12.40, respectivamente. Durante 2002, 2001 y 2000 no se realizaron adjudicaciones de acciones restringidas. Al 31 de enero de 2003, se habían ejercido completamente todas las adjudicaciones de acciones restringidas. Los gastos relacionados (que se cargaron a gastos por compensación) para 2002, 2001 y 2000 ascendieron a cero, \$1.9 millones y \$7.3 millones, respectivamente.

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

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

Planes de Opción de Compra de Acciones para Directores

	Acciones (En miles)	Precio promedio ponderado de ejercicio por acción
En circulación al 28 de enero de 2000	36	\$25.85
Otorgadas	32	\$22.88
Canceladas o vencidas	(8)	\$25.85
En circulación al 2 de febrero de 2001	60	\$24.27
Otorgadas	40	\$35.91
En circulación al 1° de febrero de 2002	100	\$28.92
Otorgadas	40	\$47.16
Ejercidas	(4)	\$25.85
En circulación al 31 de enero de 2003	136	\$34.38
Ejercibles al 31 de enero de 2003	59	\$27.06
Ejercibles al 1° de febrero de 2002	29	\$24.77
Ejercibles al 2 de febrero de 2001	9	\$25.85

Durante el año 2000, la Compañía estableció un plan de compras de acciones para empleados calificados que permite a los empleados elegibles participar en la compra de acciones designadas de las acciones ordinarias de la Compañía. Para este plan, se autorizaron diez millones de acciones, de las cuales 6,095,249 permanecen disponibles al 31 de enero de 2003. El precio de compra de estas acciones es igual al 85% del precio de cierre al comienzo o al final de cada período de compra de acciones semianual, el que sea menor. La Compañía emitió 1,341,241; 1,688,966 y 874,448 acciones ordinarias de acuerdo con este plan durante 2002, 2001 y 2000, respectivamente. No se registró ningún gasto por compensación en el estado de utilidades consolidado correspondiente con relación a este plan, ya que este plan está calificado como no compensatorio según el método contable de valor intrínseco. De acuerdo con el método contable de valor intrínseco, los gastos de compensación se reconocerán en el ejercicio 2003.

La Compañía informa un ingreso global en sus estados consolidados de capital propio. El ingreso global representa los cambios en el patrimonio neto de fuentes que no son propias. Para el período de tres años que finalizó el 31 de enero de 2003, las ganancias/pérdidas por tenencia no realizadas por valores disponibles para la venta fueron los únicos componentes de otros ingresos globales para la Compañía. La pérdida neta no realizada de valores disponibles para la venta fue de \$285 mil, neto del beneficio impositivo de \$172 mil para 2002. Las ganancias no realizadas de valores disponibles para la venta fueron de \$239 mil y \$871 mil, neto de gastos impositivos de \$130 mil y \$443 mil para 2001 y 2000, respectivamente. Los ajustes por reclasificación para ganancias/pérdidas incluidos en las utilidades netas para 2002, 2001 y 2000 fueron irrelevantes.

Nota 10: Arrendamientos.

La Compañía arrienda algunas tiendas bajo contratos con períodos originales de veinte años. Algunos acuerdos de arrendamiento contienen cláusulas de reajuste de alquiler que se cargan a los gastos de alquiler de manera uniforme. Algunos contratos también disponen un arrendamiento contingente basado en el comportamiento de las ventas por encima de mínimos especificados. Durante los ejercicios económicos 2002, 2001 y 2000, los arrendamientos contingentes han sido nominales. Generalmente, los arrendamientos disponen cuatro opciones de renovación de cinco años cada una. La Compañía también arrienda cierto equipo bajo contratos que van de dos a cinco años. Estos contratos usualmente contienen opciones de renovación que disponen una renegociación del arrendamiento, a opción de la Compañía, sobre la base del valor razonable de mercado en ese momento.

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

(En millones)	Arrendamientos operativos		Arrendamientos de capital		Total
	Inmuebles	Equipamiento	Inmuebles	Equipamiento	
Ejercicio					
2003	\$ 209	\$3	\$ 59	\$2	\$ 273
2004	206	1	59	2	268
2005	204	1	59	–	264
2006	202	–	59	–	261
2007	201	–	59	–	260
Ejercicios posteriores	2,136	–	527	–	2,663
Pagos totales					
mínimos por arrendamiento	\$3,158	\$5	\$822	\$4	\$3,989
Pagos totales mínimos por arrendamientos de capital			\$ 826		
Menos cantidad que representa intereses			362		
Valor actual de los pagos mínimos por arrendamientos			464		
Menos vencimientos actuales			21		
Valor actual de los pagos mínimos por arrendamientos, menos vencimientos actuales			\$ 443		

Los gastos por arrendamientos en virtud de arrendamientos operativos de inmuebles y equipo ascendieron a \$215.4, \$188.2 y \$161.9 millones durante 2002, 2001 y 2000, respectivamente.

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

Nota 11: Planes de retiro para empleados.

A partir de septiembre de 2002, el Plan de Adquisición de Acciones por parte de los Empleados (ESOP, por las iniciales en inglés) se fusionó con el Plan 401(k) de Lowe's (el Plan 401(k) o el Plan). Bajo el Plan 401(k) no se harán más contribuciones a las cuentas ESOP de los participantes. El saldo de la cuenta de cada uno de los participantes del ESOP se transfirió a una cuenta separada bajo el Plan 401(k) a la fecha de la fusión. La fusión dio a los participantes del ESOP mayor control y flexibilidad de sus ahorros para el retiro al permitirles diversificar el saldo de la cuenta en el

ESOP en una gama más amplia de opciones de inversión disponibles en el Plan 401(k). Al momento de la fusión, se había conferido el ejercicio del 100% de las acciones del ESOP. No hubo gastos relacionados con el ESOP para 2002. Los gastos relacionados con el ESOP en 2001 y 2000 fueron de \$119.2 millones y \$72.1 millones, respectivamente.

Como resultado de la fusión del ESOP con el Plan 401(k), la Compañía aumentó su contribución al Plan 401(k), la cual incluye ahora dos tipos de contribuciones. La Compañía continúa haciendo la contribución tradicional en cada período de pago de sueldo basándose en una fórmula que iguala las contribuciones de los empleados. Además, a partir de 2002, la Compañía ofrece una contribución por desempeño a participantes elegibles del Plan 401(k) basada en el crecimiento de las utilidades netas antes de impuestos para el ejercicio fiscal. Los participantes del Plan 401(k) deben tener tres o más años de servicio y estar empleados activamente al último día del ejercicio fiscal para ser elegibles para la contribución por desempeño. La contribución por desempeño se acreditará en las cuentas de los participantes en el mes de abril del año siguiente. Los empleados son elegibles para participar en el Plan 401(k) después de haber completado 90 días de servicio continuado. Las contribuciones de la Compañía al Plan 401(k) se acreditan inmediatamente a la cuenta del participante. Los participantes pueden elegir entre un grupo de fondos mutuos para determinar de qué manera se invertirán tanto las contribuciones del empleado como las del empleador. Las acciones ordinarias de la Compañía son también una de las opciones de inversión para las contribuciones al Plan. El derecho de voto por las acciones de la Compañía mantenidas en el plan en nombre de los participantes es ejercido por los participantes. Una vez que un participante alcanza la edad de 59 1/2, puede optar por retirar todo el saldo del Plan 401(k). Esta es una oportunidad de distribución durante el servicio activo disponible una sola vez. Los participantes también pueden retirar las contribuciones y las contribuciones transferidas mientras están empleados activamente por motivos de necesidad extrema. Además, los participantes que tienen 20 o más años de servicio, y que tienen un saldo de cuenta trasladado del ESOP en el Plan 401(k), pueden optar por única vez por una distribución del 50% del saldo de esta cuenta mientras se encuentran en servicio. Los gastos de la Compañía relacionados con el Plan 401(k) para 2002, 2001 y 2000 fueron \$115.1 millones, \$14.7 millones y \$13.6 millones, respectivamente.

La Compañía adoptó originalmente un Plan de Restauración de Beneficios (BRP por las iniciales en inglés) el 1° de febrero de 1990. Este plan fue modificado y restablecido con vigencia a partir del 3 de agosto de 2002. El BRP es un plan no financiado y está diseñado para suministrar beneficios adicionales a los suministrados bajo el Plan 401(k) a participantes del Plan 401(k) cuyos beneficios están restringidos como resultado de determinadas disposiciones del IRC (Código de Rentas Internas) de 1986. La contribución de la Compañía al BRP alcanzó los \$2.0 millones durante 2002.

Nota 12: Impuestos a las ganancias.

	2002	2001	2000
	Conciliación de la tasa estatutaria		
Tasa estatutaria del impuesto a las ganancias federal	35.0%	35.0%	35.0%
Impuestos estatales a las ganancias—Neto de beneficios impositivos federales	3.3	3.0	2.7
Otros, Neto	(0.7)	(1.0)	(0.9)
Tasa impositiva efectiva	37.6%	37.0%	36.8%
(En millones)	Componentes de la provisión para el impuesto a las ganancias		
Actual			
Federal	\$597	\$490	\$398
Estadual	83	69	50
Total actual	680	559	448
Diferido			
Federal	173	35	19
Estadual	35	7	4
Total diferido	208	42	23
Total provisión para el impuesto a las ganancias	\$888	\$601	\$471

El efecto impositivo de las diferencias temporarias acumuladas que dieron origen a los activos y pasivos impositivos diferidos al 31 de enero de 2003 y al 1° de febrero de 2002 es el siguiente (en millones):

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

	1° de febrero de 2002		
(En millones)	Activo	Pasivo	Total
Costo de exceso de bienes			
inmuebles y cierre de tiendas	\$ 28	\$ –	\$ 28
Autoseguro	63	–	63
Amortización	–	(331)	(331)
Acumulación de vacaciones	27	–	27
Previsión por ventas devueltas	9	–	9
Otros, Neto	12	(20)	(8)
Total	\$ 139	\$ (351)	\$ (212)

Nota 13: Litigios.

La Compañía es la parte demandada en procedimientos judiciales que se consideran normales en la transacción de negocios, ninguno de los cuales, en forma singular o colectiva, se considera de importancia para la Compañía.

Nota 14: Otra información.

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

(En millones)	2002	2001	2000
Deuda a largo plazo	\$163	\$161	\$117
Intereses hipotecarios	5	8	8
Arrendamientos de capital	40	41	42
Deuda a corto plazo	1	4	12
Amortización del descuento de la emisión original y de los costos de los préstamos	19	18	2
Ingresos por intereses	(21)	(24)	(25)
Intereses capitalizados	(25)	(34)	(35)
Gasto neto por intereses	\$182	\$174	\$121

Información complementaria sobre el flujo de caja:

(En millones)	2002	2001	2000
Efectivo pagado por intereses (Neto del monto capitalizado)	\$ 186	\$ 178	\$ 132
Efectivo pagado por impuesto a las ganancias	\$ 695	\$ 532	\$ 428

Actividades financieras y de inversión sin movimiento de efectivo:

	2002	2001	2000
Activos fijos adquiridos bajo arrendamientos de capital	\$ 16	\$ 13	\$ 1
Cancelación de arrendamientos de capital	–	–	2
Acciones ordinarias emitidas para el ESOP (Nota 11)	79	63	–
Acciones ordinarias emitidas para ejecutivos y directores, netas de compensación no salarial	–	2	8
Documentos comerciales recibidos por venta de bienes inmuebles	\$ 4	\$ 4	\$ –

Ventas por categoría de producto:

	2002		2001		2000	
(En millones de dólares)	Ventas totales	%	Ventas totales	%	Ventas totales	%
Aparatos eléctricos	\$ 2,997	11%	\$ 2,413	11%	\$ 1,850	10%
Madera	2,226	8	2,001	9	1,745	9
Productos para usar al aire libre	1,738	7	1,441	7	1,348	7
Carpintería	1,724	7	1,446	7	1,197	6
Viveros	1,656	6	1,401	6	1,193	6
Pisos	1,651	6	1,264	6	1,019	5
Productos eléctricos decorativos	1,626	6	1,341	6	1,135	6
Plomería decorativa	1,556	6	1,263	6	1,046	6
Pintura	1,504	6	1,232	5	982	5
Herramientas	1,500	6	1,281	6	1,124	6
Ferretería	1,493	5	1,249	6	1,071	6
Materiales de construcción	1,412	5	1,255	6	1,079	6
Gabinetes/Muebles/Estantes	1,263	4	997	4	818	4
Equipos de energía para exteriores	1,007	4	817	4	768	4
Plomería básica	847	3	704	3	604	3
Paredes/Ventanas	707	3	550	2	466	3
Instalaciones eléctricas básicas	666	3	566	3	490	3
Organización del hogar	482	2	381	1	310	2
Otros	436	2	509	2	534	3
Totales	\$26,491	100%	\$22,111	100%	\$18,779	100%

LOWE'S COMPANIES, INC.
ANÁLISIS TRIMESTRAL DEL COMPORTAMIENTO (NO AUDITADO)

Estado de utilidades

(En millones, salvo información por acción)

Trimestre terminado el	Ejercicio 2002				Ejercicio 2001			
	1/31/03	11/1/02	8/2/02	5/3/02	2/1/02	11/2/01	8/3/01	5/4/01
Ventas netas	\$ 6,118	\$ 6,415	\$ 7,488	\$ 6,470	\$ 5,253	\$ 5,455	\$ 6,127	\$ 5,276
Margen bruto	1,936	1,965	2,202	1,923	1,566	1,591	1,718	1,493
Gastos:								
Gastos de ventas, generales y administrativos	1,163	1,193	1,233	1,141	1,001	973	999	940
Gastos por apertura de tiendas	41	27	24	37	33	43	28	36
Amortización	169	159	153	145	139	134	125	119
Interés	45	44	46	47	47	43	43	41
Gastos totales	1,418	1,423	1,456	1,370	1,220	1,193	1,195	1,136
Utilidades antes de deducir impuestos	518	542	746	553	346	398	523	357
Provisión para el impuesto a las ganancias	199	203	279	207	128	147	194	132
Utilidad neta	\$ 319	\$ 339	\$ 467	\$ 346	\$ 218	\$ 251	\$ 329	\$ 225
Utilidad básica por acción	\$ 0.41	\$ 0.44	\$ 0.60	\$ 0.45	\$ 0.28	\$ 0.32	\$ 0.43	\$ 0.29
Utilidad diluida por acción	\$ 0.40	\$ 0.43	\$ 0.59	\$ 0.44	\$ 0.28	\$ 0.32	\$ 0.42	\$ 0.29

Cambios en el estado de utilidades

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

Trimestre terminado el	Ejercicio 2002				Ejercicio 2001			
	1/31/03	11/1/02	8/2/02	5/3/02	2/1/02	11/2/01	8/3/01	5/4/01
Ventas netas	16.5%	17.6%	22.2%	22.6%	15.6%	21.1%	16.4%	18.1%
Margen bruto	23.6	23.5	28.2	28.8	21.3	22.4	18.3	19.7
Gastos:								
Gastos de ventas, generales y administrativos	16.2	22.6	23.4	21.4	14.4	20.2	16.6	16.5
Gastos por apertura de tiendas	24.2	(37.2)	(14.3)	2.8	(20.0)	15.1	2.2	38.8
Amortización	21.6	18.7	22.4	21.8	24.3	28.1	26.5	27.4
Interés	(4.3)	2.3	7.0	14.6	13.8	55.0	62.5	58.9
Gastos totales	16.2	19.3	21.8	20.6	14.1	21.9	18.4	19.3
Utilidades antes de deducir impuestos	49.7	36.2	42.6	54.9	55.6	24.2	18.1	20.8
Provisión para el impuesto a las ganancias	55.5	38.1	43.8	56.8	56.5	24.9	18.7	21.4
Utilidad neta	46.3	35.1	41.9	53.8	55.1	23.8	17.7	20.4
Utilidad básica por acción	46.4	37.5	39.5	55.2	55.6	23.1	16.2	20.8
Utilidad diluida por acción	42.9%	34.4%	40.5%	51.7%	55.6%	23.1%	16.7%	20.8%

Porcentajes del estado de utilidades

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

Trimestre terminado el	Ejercicio 2002				Ejercicio 2001			
	1/31/03	11/1/02	8/2/02	5/3/02	2/1/02	11/2/01	8/3/01	5/4/01
Ventas netas	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Margen bruto	31.64	30.63	29.41	29.72	29.80	29.17	28.04	28.31
Gastos:								
Gastos de ventas, generales y administrativos	19.01	18.60	16.47	17.64	19.05	17.84	16.32	17.81
Gastos por apertura de tiendas	0.66	0.42	0.33	0.57	0.63	0.78	0.46	0.68
Amortización	2.76	2.48	2.03	2.23	2.64	2.46	2.03	2.26
Interés	0.74	0.68	0.62	0.73	0.88	0.80	0.70	0.78
Gastos totales	23.17	22.18	19.45	21.17	23.20	21.88	19.51	21.53
Utilidades antes de deducir impuestos	8.47	8.45	9.96	8.55	6.60	7.29	8.53	6.78
Provisión para el impuesto a las ganancias	38.42	37.46	37.40	37.43	37.00	37.00	37.00	37.00
Utilidad neta	5.21%	5.28%	6.24%	5.35%	4.16%	4.59%	5.37%	4.27%

COMPORTAMIENTO DE LAS ACCIONES (NO AUDITADO)

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

	Ejercicio 2002			Ejercicio 2001			Ejercicio 2000		
	Máxima	Mínima	Dividendo	Máxima	Mínima	Dividendo	Máxima	Mínima	Dividendo
1er Trimestre	\$ 47.78	\$ 41.35	\$ 0.020	\$ 32.30	\$ 24.79	\$ 0.018	\$ 33.63	\$ 20.38	\$ 0.018
2do Trimestre	49.99	32.70	0.020	39.86	30.30	0.020	26.34	20.19	0.018
3er Trimestre	46.00	32.50	0.020	39.30	24.99	0.020	27.25	17.13	0.018
4to Trimestre	\$ 43.80	\$ 33.86	\$ 0.025	\$ 48.88	\$ 33.70	\$ 0.020	\$ 27.75	\$ 18.88	\$ 0.018

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

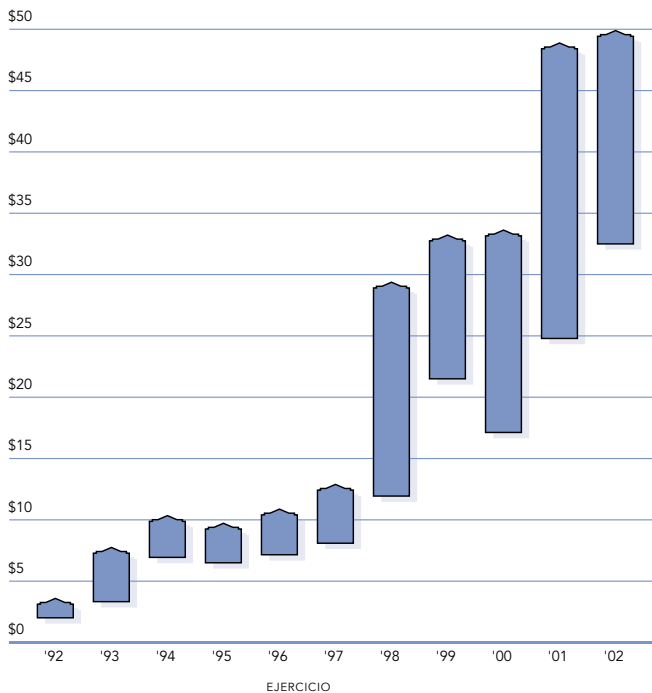
Cotización mensual de las acciones y volumen de las operaciones

	Ejercicio 2002			Ejercicio 2001		
	Máxima	Mínima	Acciones negociadas	Máxima	Mínima	Acciones negociadas
Febrero	\$ 47.78	\$ 43.25	81,973,500	\$ 29.78	\$ 24.79	159,635,600
Marzo	45.60	41.35	89,027,000	32.30	26.60	168,595,600
Abril	45.70	41.90	63,379,000	31.85	26.15	137,328,000
Mayo	49.99	41.27	107,985,100	36.85	30.30	135,346,800
Junio	48.54	43.35	95,407,400	39.86	34.06	108,087,600
Julio	46.43	32.70	140,961,400	39.62	33.50	86,495,700
Agosto	44.20	32.50	122,640,500	39.30	34.83	89,117,900
Septiembre	46.00	39.59	103,912,600	38.23	24.99	93,421,100
Octubre	44.81	36.49	135,960,900	35.70	30.00	104,874,500
Noviembre	43.80	37.83	119,179,600	45.55	33.70	116,801,800
Diciembre	42.68	36.50	82,486,600	48.88	44.79	71,749,900
Enero	\$ 39.51	\$ 33.86	120,264,700	\$ 46.35	\$ 40.15	109,003,900

Fuente: The Wall Street Journal, Bloomberg

PRECIO MÁXIMO/MÍNIMO DE LAS ACCIONES DE LOWE'S

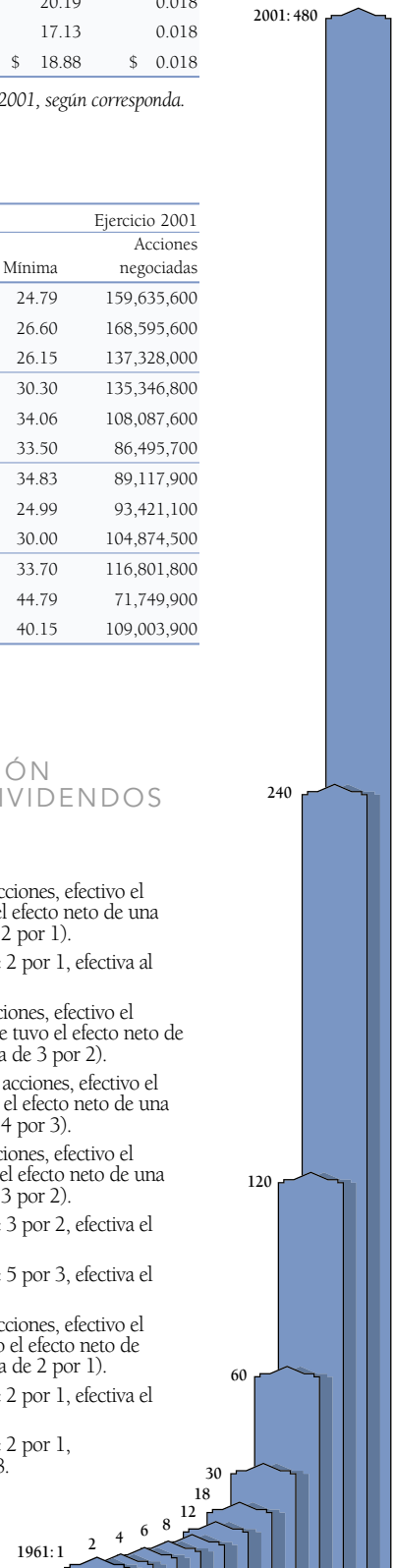
ajustado para reflejar todas las reestructuraciones accionarias



REESTRUCTURACIÓN ACCIONARIA Y DIVIDENDOS DE ACCIONES

desde 1961

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



LOWE'S COMPANIES, INC.
 INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA (NO AUDITADA)

(En millones, salvo información por acción)	2002	2001	2000	1999	1998
Información seleccionada del estado de utilidades:					
Ventas netas	\$ 26,491	\$ 22,111	\$ 18,779	\$ 15,906	\$ 13,331
Margen bruto	8,026	6,368	5,291	4,381	3,574
Utilidad neta	1,471	1,023	810	673	500
Utilidad básica por acción	1.89	1.33	1.06	0.88	0.68
Utilidad diluida por acción	1.85	1.30	1.05	0.88	0.67
Dividendos por acción	\$ 0.09	\$ 0.08	\$ 0.07	\$ 0.06	\$ 0.06
Información seleccionada del balance de situación:					
Total del activo	\$ 16,109	\$ 13,736	\$ 11,358	\$ 9,007	\$ 7,087
Deuda a largo plazo, excluidos los vencimientos actuales	\$ 3,736	\$ 3,734	\$ 2,698	\$ 1,727	\$ 1,364

Información seleccionada trimestral:	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
2002				
Ventas netas	\$ 6,470	\$ 7,488	\$ 6,415	\$ 6,118
Margen bruto	1,923	2,202	1,965	1,936
Utilidad neta	346	467	339	319
Utilidad básica por acción	0.45	0.60	0.44	0.41
Utilidad diluida por acción	\$ 0.44	\$ 0.59	\$ 0.43	\$ 0.40
2001				
Ventas netas	\$ 5,276	\$ 6,127	\$ 5,455	\$ 5,253
Margen bruto	1,493	1,718	1,591	1,566
Utilidad neta	225	329	251	218
Utilidad básica por acción	0.29	0.43	0.32	0.28
Utilidad diluida por acción	\$ 0.29	\$ 0.42	\$ 0.32	\$ 0.28

HISTORIA FINANCIERA (NO AUDITADA)

INFORMACIÓN FINANCIERA DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

Ejercicio terminado el	5 años TCC	31 de enero de 2003	1º de febrero de 2002	2 de febrero de 2001*	28 de enero de 2000	29 de enero de 1999
Tiendas y personal						
1 Número de tiendas	12.4	854	744	650	576	520
2 Superficie en pies cuadrados (en millones)	18.9	94.7	80.7	67.8	57.0	47.8
3 Número de empleados	13.7	121,600	108,317	94,601	86,160	72,715
4 Transacciones de clientes (En millones)	14.8	460	395	342	299	268
5 Compra promedio		\$ 57.55	\$ 55.96	\$ 54.88	\$ 53.16	\$ 49.70
Estados comparativos de ingresos (En millones)						
6 Ventas	19.0	\$ 26,491	\$ 22,111	\$ 18,779	\$ 15,906	\$ 13,331
7 Amortización	19.6	626	517	409	337	289
8 Ingresos operativos (EBITDA) ¹	27.9	3,167	2,315	1,811	1,485	1,157
9 Utilidades antes de descontar impuestos	31.6	2,359	1,624	1,281	1,063	787
10 Provisión para el impuesto a las ganancias	NS	888	601	471	390	287
11 Utilidad neta	30.9	1,471	1,023	810	673	500
12 Dividendos en efectivo	11.6	66	60	53	48	41
13 Utilidades retenidas	32.4	\$ 1,405	\$ 963	\$ 757	\$ 625	\$ 459
Dólares por acción (Promedio ponderado suponiendo dilución)						
14 Ventas	17.2	\$ 33.11	\$ 27.83	\$ 24.42	\$ 20.72	\$ 17.74
15 Utilidades	28.9	1.85	1.30	1.05	0.88	0.67
16 Dividendos en efectivo	8.4	0.09	0.08	0.07	0.06	0.06
17 Utilidades retenidas	30.2	1.76	1.21	0.98	0.81	0.61
18 Capital propio	20.9	\$ 10.38	\$ 8.40	\$ 7.15	\$ 6.12	\$ 4.82
Índices financieros						
19 Rotación del activo ²		1.93	1.95	2.08	2.24	2.27
20 Rentabilidad de las ventas ³		5.55%	4.63%	4.31%	4.23%	3.75%
21 Rentabilidad del activo ⁴		10.71%	9.01%	8.99%	9.49%	8.54%
22 Rentabilidad del capital propio ⁵		22.05%	18.62%	17.25%	18.59%	16.80%
Balance comparativo (En millones)						
23 Total activos corrientes	18.1	\$ 5,568	\$ 4,920	\$ 4,157	\$ 3,688	\$ 2,865
24 Efectivo e inversiones a corto plazo	32.6	1,126	853	469	569	249
25 Cuentas a cobrar — Neto	7.7	172	166	161	148	144
26 Mercaderías en inventario	14.9	3,968	3,611	3,285	2,812	2,385
27 Otros activos corrientes	44.5	244	197	161	105	45
28 Activos fijos—Neto	25.5	10,352	8,653	7,035	5,177	4,086
29 Otros activos	15.2	160	141	131	111	108
30 Total del activo	22.4	16,109	13,736	11,358	9,007	7,087
31 Total pasivo corriente	18.1	3,578	3,017	2,911	2,380	1,924
32 Cuentas a pagar	13.4	1,943	1,715	1,714	1,561	1,221
33 Otros pasivos corrientes	37.0	1,162	796	662	401	270
34 Deuda a largo plazo (excluidos los vencimientos actuales)	25.7	3,736	3,734	2,698	1,727	1,364
35 Total pasivo	22.0	7,807	7,062	5,863	4,311	3,467
36 Capital propio	22.8	\$ 8,302	\$ 6,674	\$ 5,495	\$ 4,695	\$ 3,620
37 Capital/Deuda a largo plazo (excluidos los vencimientos actuales)		2.22	1.79	2.04	2.72	2.65
38 Factor de apalancamiento al cierre del ejercicio: Activo/Capital		1.94	2.06	2.07	1.92	1.96
Accionistas, acciones y valor contable						
39 Accionistas registrados en el libro de acciones, al cierre del ejercicio		25,405	19,277	16,895	15,446	14,508
40 Acciones en circulación, al cierre del ejercicio (En millones)		782	776	766	765	749
41 Promedio ponderado de acciones, suponiendo dilución (En millones)		800	795	769	768	752
42 Valor contable por acción		\$ 10.62	\$ 8.60	\$ 7.17	\$ 6.14	\$ 4.83
Cotización de las acciones durante el año calendario⁶ (Ajustada por reestructuración accionaria)						
43 Máxima		\$ 49.99	\$ 48.88	\$ 33.63	\$ 33.22	\$ 25.84
44 Mínima		\$ 32.50	\$ 24.79	\$ 17.13	\$ 21.50	\$ 11.00
45 Cotización de cierre al 31 de diciembre		\$ 36.50	\$ 46.41	\$ 22.25	\$ 29.88	\$ 25.59
Relación precio/beneficio						
46 Máxima		27	38	32	38	39
47 Mínima		18	19	16	24	16

30 de enero de 1998	31 de enero de 1997	31 de enero de 1996	31 de enero de 1995	31 de enero de 1994		
1	477	429	389	355	324	1
2	39.9	33.7	26.8	20.9	15.7	2
3	64,070	58,585	48,405	40,637	31,243	3
4	231	196	163	136	101	4
5	\$ 48.09	\$ 47.82	\$ 47.13	\$ 48.62	\$ 48.15	5
6	\$ 11,108	\$ 9,361	\$ 7,691	\$ 6,629	\$ 4,861	6
7	256	210	159	116	84	7
8	926	753	582	493	332	8
9	599	488	377	344	231	9
10	216	173	135	127	79	10
11	383	315	242	218	152	11
12	38	35	30	27	24	12
13	\$ 345	\$ 280	\$ 212	\$ 190	\$ 128	13
14	\$ 14.99	\$ 12.83	\$ 10.76	\$ 9.57	\$ 7.59	14
15	0.52	0.43	0.34	0.31	0.24	15
16	0.06	0.05	0.05	0.04	0.04	16
17	0.47	0.38	0.30	0.27	0.20	17
18	\$ 4.02	\$ 3.52	\$ 2.60	\$ 2.31	\$ 1.66	18
19	2.22	2.36	2.22	2.70	2.79	19
20	3.45%	3.36%	3.15%	3.28%	3.13%	20
21	7.66%	7.93%	6.99%	8.87%	8.73%	21
22	14.92%	16.95%	15.12%	20.48%	18.21%	22
23	\$ 2,427	\$ 2,135	\$ 1,805	\$ 1,744	\$ 1,234	23
24	275	123	178	274	111	24
25	118	118	113	109	49	25
26	1,985	1,855	1,483	1,333	1,017	26
27	39	47	38	35	69	27
28	3,321	2,772	2,059	1,560	1,120	28
29	79	57	62	79	58	29
30	5,862	5,000	3,967	3,467	2,453	30
31	1,554	1,443	1,051	1,015	736	31
32	1,036	978	696	721	504	32
33	241	213	163	145	86	33
34	1,191	876	968	785	597	34
35	2,884	2,432	2,111	1,864	1,391	35
36	\$ 2,978	\$ 2,568	\$ 1,857	\$ 1,603	\$ 1,062	36
37	2.50	2.93	1.92	2.04	1.78	37
38	1.97	1.95	2.14	2.16	2.31	38
39	12,386	12,530	12,728	11,360	8,773	39
40	738	731	673	667	621	40
41	741	730	715	693	640	41
42	\$ 4.03	\$ 3.51	\$ 2.76	\$ 2.40	\$ 1.71	42
43	\$ 12.24	\$ 10.88	\$ 9.72	\$ 10.35	\$ 7.75	43
44	\$ 7.91	\$ 7.16	\$ 6.50	\$ 6.94	\$ 3.33	44
45	\$ 11.93	\$ 8.91	\$ 8.38	\$ 8.69	\$ 7.44	45
46	24	25	29	33	32	46
47	15	17	19	22	14	47

Notas explicativas

¹ Utilidades antes de deducir impuestos más amortización e interés.

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

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

⁴ Rentabilidad del activo: Utilidad neta dividida por el activo inicial.

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

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

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

NS = no significativo

TCC = tasa de crecimiento compuesta

DIRECTORIO

Robert L. Tillman	Presidente del Directorio y Director ejecutivo, Lowe's Companies, Inc., Wilkesboro, N.C. 3*
Leonard L. Berry, Ph.D.	Distinguido profesor de Marketing y Titular de la cátedra M.B. Zale sobre "Liderazgo en ventas minoristas y marketing", Texas A&M University, College Station, Tex. 1,4
Peter C. Browning	Presidente no ejecutivo del Directorio, Nucor Corporation, Decano de McColl Graduate School of Business en Queens University en Charlotte, N.C. 1,3,4*
Paul Fulton	Presidente del Directorio, Bassett Furniture Industries, Bassett, Va. 2*,3,4
Dawn E. Hudson	Presidente, Pepsi-Cola Company, Purchase, N.Y. 2,4
Robert A. Ingram	Presidente no ejecutivo, OSI Pharmaceuticals, Inc., Vicepresidente Operaciones farmacéuticas, GlaxoSmithKline, Research Triangle Park, N.C. 2,4

Kenneth D. Lewis	Presidente del Directorio, Director ejecutivo y Presidente, Bank of America, Charlotte, N.C. 2,4
Richard K. Lochridge	Presidente, Lochridge & Company, Boston, Mass. 1*,3,4
Claudine B. Malone	Presidenta y Directora ejecutiva, Financial & Management Consulting, Inc., McLean, Va. 2,4
Thomas D. O'Malley	Presidente y Director ejecutivo, Premcor, Inc., Old Greenwich, Conn. 1,4
Robert G. Schwartz	Ex presidente del Directorio, Presidente y Jefe Ejecutivo, Metropolitan Life Insurance Company, Inc., Nueva York, N.Y. 1,4

Participación en comités

1 – Comité de auditoría	3 – Comité ejecutivo
2 – Comité de compensación y organización	4 – Comité de gobierno

* Presidente del Comité durante 2003

GERENTES EJECUTIVOS

Robert L. Tillman	Presidente del directorio y Director ejecutivo
Robert A. Niblock	Presidente
Dale C. Pond	Vicepresidente ejecutivo primero, Mercaderías/ Comercialización
Larry D. Stone	Vicepresidente ejecutivo primero, Operaciones
Theresa A. Anderson	Vicepresidenta primera, Ventas y servicio de mercaderías
Kenneth W. Black, Jr.	Vicepresidente primero y Director de contabilidad
Gregory M. Bridgeford	Vicepresidente primero, Desarrollo de negocios
Michael K. Brown	Vicepresidente primero, Operaciones en tiendas — División oeste
Charles W. (Nick) Canter, Jr.	Vicepresidente primero, Operaciones en tiendas — División norte
Robert J. Gfeller, Jr.	Vicepresidente primero, Marketing y publicidad
Stephen A. Hellrung	Vicepresidente primero, Asesor general y Secretario

Lee Herring	Vicepresidente primero, Distribución
Robert F. Hull, Jr.	Vicepresidente primero y Director financiero
Perry G. Jennings	Vicepresidente primero, Recursos humanos
John L. Kasberger	Vicepresidente primero y Gerente general de mercaderías — Equipos
Michael K. Menser	Vicepresidente primero y Gerente general de mercaderías — Decoración para el hogar
David E. Shelton	Vicepresidente primero, Bienes raíces/Ingeniería y construcciones
Eric D. Sowder	Vicepresidente primero, Logística
John David Steed	Vicepresidente primero y Gerente general de mercaderías — Productos para la construcción
Stephen Stone	Vicepresidente primero y Director de información
Gregory J. Wessling	Vicepresidente primero, Operaciones en tiendas — División sur

De pie, de izquierda a derecha: Robert Ingram, Kenneth Lewis, Thomas O'Malley, Peter Browning, Paul Fulton, Leonard Berry.
Sentados, de izquierda a derecha: Dawn Hudson, Richard Lochridge, Robert Schwartz, Robert Tillman, Claudine Malone.

INFORMACIÓN PARA EL INVERSOR

Agente para transferencias bursátiles, pago y reversión de dividendos.

EquiServe Trust Company, N.A.
150 Royall Street
Canton, Mass. 02021
877-282-1174

Reseña histórica.

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

Fechas de declaración de dividendos.

Habitualmente a mediados de abril, julio, octubre y enero

Fechas de pago de dividendos.

Habitualmente a fines de abril, julio, octubre y enero

Números para comunicarse con Lowe's.

TELÉFONO
336-658-4000

FAX
336-658-4766

Direcciones de Lowe's.

POSTAL
P.O. Box 1111
North Wilkesboro, N.C. 28656

REAL
1605 Curtis Bridge Road
Wilkesboro, N.C. 28656

CORREO ELECTRÓNICO
webeditor@Lowe's.com

SITIO WEB
<http://www.Lowe's.com>

Fecha de la Asamblea Anual de Accionistas.

30 de mayo de 2003

a las 10:00 a.m.

Park Hotel, Charlotte, N.C.



DIRECTORIO

Acciones ordinarias de Lowe's.

SÍMBOLO
LOW

COTIZA EN
New York Stock Exchange
20 Broad Street
New York, N.Y. 10005

Asesor General.

Stephen A. Hellrung
Vicepresidente primero, Secretario
336-658-5445

Servicios para los Accionistas.

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

Paul Taaffe
Director, Relaciones con los inversores
336-658-5239

Las consultas de medios de comunicación deben dirigirse a:

Chris Ahearn
Directora, Relaciones públicas
336-658-7387

Contadores Públicos Certificados.

Deloitte & Touche LLP
1100 Carillon Building
227 West Trade Street
Charlotte, N.C. 28202
704-372-3560

Información adicional.

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

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



LOWE'S COMPANIES, INC.
1605 Curtis Bridge Road Wilkesboro, North Carolina 28697
www.Lowe.com