



HIPERMERCADO JUMBO S.A. Y FILIALES

Julio 2001

Categoría de Riesgo y Contacto

Tipo de Instrumento	Categoría	Contactos	
Bonos, Series A y B	AA	Socio Responsable	Alejandro Sierra M.
Otros Instrumentos	No hay	Gerente a Cargo	Aldo Reyes D.
		Analista	Margarita Andrade P.
		Teléfono	56-2-204 7315
		Fax	56-2-223 4937
		Correo Electrónico	ratings@humphreys.cl
EEFF base	31 marzo 2001	Tipo de Reseña	Nueva Emisión

Estado de Resultados (Consolidado)

Conceptos (Miles de pesos)	Marzo 2001	Marzo 2000	Año 2000	Año 1999	Año 1998	Var. Real Mar01/ Mar00	Var. Real 2000/ 1999	Var. Real 1999/ 1998
Ingresos de Explotación	211.013.130	167.252.816	771.437.977	657.290.181	632.644.935	26,16%	12,10%	3,91%
Costos de Explotación	(149.126.222)	(116.142.887)	(551.001.321)	(460.595.891)	(454.306.782)	28,40%	14,26%	1,40%
Gastos de Adm. y Venta	(44.080.714)	(33.015.460)	(168.589.797)	(126.345.061)	(119.472.649)	33,52%	27,45%	5,77%
Resultado Operacional	17.806.194	18.094.469	51.846.859	70.349.229	58.865.504	(1,59%)	(29,61%)	19,53%
Resultado No Operacional	1.523.372	(62.021)	539.735	2.058.432	(1.744.585)	2556,22%	(74,96%)	218,01%
Utilidad Neta	13.611.585	12.134.036	37.883.382	50.803.556	45.057.804	12,18%	(28,78%)	12,77%

Valores Nominales, salvo los de marzo de 2000 que están en moneda del 31 de marzo de 2001 y los del año 1998 que están en moneda de 1999.

Balance General (Consolidado)

Conceptos (Miles de pesos)	Marzo 2001	Marzo 2000	Año 2000	Año 1999	Año 1998	Var. Real Mar01/ Mar00	Var. Real 2000/ 1999	Var. Real 1999/ 1998
Activo Circulante	174.506.141	155.904.539	188.265.520	151.549.245	108.869.156	11,93%	18,65%	39,22%
Activo Fijo	493.405.820	412.006.978	467.246.999	399.171.754	358.261.562	19,76%	11,80%	11,44%
Otros Activos	7.452.997	5.752.801	7.213.061	15.115.948	6.550.414	29,55%	(54,14%)	129,39%
Activos Totales	675.364.958	573.664.318	662.725.580	565.836.947	473.681.132	17,73%	11,88%	19,45%
Pasivo Circulante	202.618.283	173.016.681	215.731.272	175.346.609	155.501.459	17,11%	17,51%	12,78%
Pasivo Largo Plazo	78.337.769	69.289.022	73.695.916	76.740.978	67.425.602	13,06%	(8,17%)	13,70%
Patrimonio	394.408.906	331.358.615	373.298.392	313.749.360	250.754.071	19,03%	13,64%	25,12%
Pasivos Totales	675.364.958	573.664.318	662.725.580	565.836.947	473.681.132	17,73%	11,88%	19,45%

Valores Nominales, salvo los de marzo de 2000 que están en moneda del 31 de marzo de 2001 y los del año 1998 que están en moneda de 1999.

Opinión

Fundamento de la Clasificación

La clasificación de riesgo asignada a los bonos de Hipermercado Jumbo S.A. responde a la sólida posición de la empresa en los mercados en donde participa, comercial e inmobiliario; a la cultura que presenta la compañía en cuanto a mantener un bajo nivel de endeudamiento; a la tenencia de marcas con alta penetración entre los consumidores y a una generación de flujos elevada en relación con las obligaciones que se derivarán de la emisión de los títulos de deuda de oferta pública.

En el sector comercial destaca la presencia del emisor dentro del rubro de los supermercados, en donde ha logrado posicionar fuertemente la marca Jumbo, de amplio reconocimiento en el mercado chileno y argentino. Aun cuando a nivel nacional la empresa tiene una participación de mercado moderada, sus puntos de ventas se encuentran en sectores de alta densidad poblacional y con elevados niveles de ingresos. En cuanto a Argentina, mantiene una participación de mercado en torno al 10% en la ciudad de Buenos Aires.

También dentro del sector comercial, específicamente en la distribución de materiales para la construcción, la empresa, con su marca Easy, se ha consolidado como uno de los principales operadores en el mercado argentino. Dentro de Chile, su posicionamiento es más débil en relación con el líder del mercado; sin embargo, a juicio de Humphreys, la experiencia adquirida en Argentina y la solvencia de la empresa, son factores que debieran contribuir positivamente para situarse sólidamente como uno de los tres actores relevantes de la industria.

En el negocio inmobiliario-comercial, la empresa es propietaria de los centros comerciales en donde se ubican los supermercados Jumbo y las tiendas Easy, siendo sus inversiones más relevantes los malls Alto las Condes, en Chile y Unicenter, en Argentina. Esta área de negocio es una fuente importante de generación de caja para la empresa.

Dado el conjunto de negocios que mantiene la sociedad, actualmente genera flujos de efectivo del orden de los US\$ 125 millones; además, si se supone un éxito moderado en el plan de inversión, su capacidad futura podría llegar a aproximadamente US\$ 200 millones anuales en el año 2004 (fecha en que se empieza a pagar el bono), cifra que contrasta positivamente con el nivel de deuda que representa la emisión de bonos, US\$ 150 millones, y que implica pagos anuales por un máximo de US\$ 18 millones.

Con todo, la clasificación también reconoce los factores de riesgo a que está expuesto el emisor, entre ellos la elevada sensibilidad del comercio a los ciclos económicos, en especial en el rubro de materiales para la construcción; la exposición cambiaría producto de sus inversiones en el exterior; la inestabilidad económica que presenta el mercado argentino y los riesgos propios del agresivo plan de inversiones que está desarrollando la sociedad.

El sector comercio, además, se caracteriza por una fuerte competencia, tanto en Chile como en Argentina, por la presencia de operadores con respaldo internacional y por la necesidad de generar constantemente eficiencias en términos comerciales, logísticos y de manejo de inventarios.

Asimismo, los riesgos propios del negocio se ven incrementados en Argentina por la grave crisis económica por la cual atraviesa el país, situación que obliga a generar habilidades que permitan una administración acorde con la inestabilidad que presenta este mercado. En todo caso, la presencia del emisor en Argentina data desde principios de la década de los ochenta y, en este sentido, la sociedad ha demostrado capacidad para sobrellevar los ciclos adversos que recurrentemente han afectado a dicha nación.

Finalmente, la clasificación también incorpora la necesidad de la sociedad en cuanto a ser capaz de abordar adecuadamente los proyectos en carpeta, en especial por la envergadura de los mismos. Si bien, para estos efectos, la empresa ha estado en un proceso de fortalecimiento de sus equipos gerenciales, la incorporación de nuevos elementos a la administración genera el desafío que éstos logren insertarse debidamente en una cultura organizacional que se caracterizaba por un bajo nivel de descentralización en la toma de decisiones.

Perspectivas de la Clasificación

En nuestra opinión, dado el plan de inversión de la compañía y la forma en que éste se está abordando, la capacidad de generación de flujos de la empresa se mantendrá en niveles adecuados en relación con las obligaciones generadas por la emisión, independiente de los efectos que la crisis económica pudiera tener

sobre las inversiones en el exterior. Bajo este contexto, se califica la perspectiva de la clasificación como **Estable**.

Definición Categoría de Riesgo

Categoría AA

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

Oportunidades y Fortalezas

Diversificación de Ingresos: El emisor cuenta con una amplia fuente de ingresos, provenientes tanto de Chile como de Argentina, y de los sectores de supermercados, distribución de materiales para la construcción, centros comerciales, administración inmobiliaria y de juegos de entretenimiento, lo cual reduce la exposición de la compañía a situaciones particulares que pudieren afectar algunos de sus negocios.

Reconocimiento de la Marca: La marca "Jumbo" representa un activo intangible de reconocida valorización, tanto en Chile como en Argentina. Por su parte, "Easy" goza de igual prestigio en Argentina, y en Chile, si bien su posicionamiento es débil, no es desconocida para los consumidores.

Asimismo, los centros comerciales Alto las Condes y Unicenter son ampliamente conocidos en los mercados de Chile y Argentina, respectivamente.

Posición de Mercado: Supermercados Jumbo y el centro comercial Alto Las Condes se ubican entre las tres principales cadenas de supermercados en términos de ventas y entre los principales malls de Chile, respectivamente.

En Argentina, tanto Jumbo como Easy presentan participaciones de importancia en sus respectivos mercados, con 10 y 15 puntos de ventas, respectivamente, según antecedentes a diciembre de 2000.

Experiencia y Administración: El emisor posee una experiencia de más de veinte años en el sector, con presencia en Argentina y con una capacidad de administración comprobada en sus negocios fundamentales.

Asimismo, el emisor ha comprobado poseer la capacidad administrativa para posicionar los supermercados, el centro comercial y las tiendas de distribución que opera, de manera de lograr la afluencia permanente de público y adaptándose a la evolución que éstos demandan. Adicionalmente, en el último tiempo la empresa ha reforzado la plana ejecutiva mediante la contratación de profesionales con probada experiencia, si bien no siempre del rubro, sí en lo relativo a administración y financiamiento de nuevos proyectos.

Ubicación de Puntos de Ventas: Los supermercados Jumbo, las tiendas Easy y los centros comerciales, tanto en Chile como en Argentina, se encuentran desplazados en zonas de alta densidad poblacional o con importante potencial de crecimiento y/o con elevados niveles de ingresos.

Tenencia de Terrenos Propios: La sociedad se caracteriza por una elevada tenencia de terrenos. Si bien este tipo de activo, por sí sólo, no contribuye a la generación de flujos, facilita el desarrollo futuro del negocio, no genera inflexibilidad por relaciones contractuales (cierre de puntos de venta) y podría servir de respaldo para eventuales operaciones financieras; ello sin considerar que su valor de mercado sobrepasa el costo histórico corregido de los mismos (efecto apreciación).

Cultura Administrativa de Bajo Endeudamiento: La sociedad en el pasado, en general, ha financiado sus inversiones con recursos propios, siendo muy poco proclive al endeudamiento. Aun cuando ello no asegura que en el futuro se continúe con dicha política, queda de manifiesto que el grupo controlador no presenta tendencia al sobreendeudamiento.

Fuerte Desarrollo de los Centros Comerciales e Hipermercados: Estos negocios han desplazado a los negocios tradicionales de compras (tiendas pequeñas, centro de la ciudad, almacenes y ferias) debido, entre otros factores, a su mayor oferta de servicios y productos, amplitud de horarios de atención y nivel de seguridad y comodidad.

Factores de Riesgo

Sensibilidad del Consumidor Ante Ciclos Económicos Recesivos: La demanda de la industria está fuertemente ligada a la actividad económica del país. De hecho, las ventas al detalle, orientadas al mercado de personas, se ven resentidas en períodos recesivos, en especial cuando se trata de productos prescindibles, lo que afecta especialmente las ventas de los centros comerciales y el comercio en general.

Mayor Riesgo País de Argentina: Debido a que parte importante de las inversiones del emisor se concentra en este país, el cual se ha visto afectado por un fuerte periodo recesivo, existe la probabilidad que un porcentaje significativo de sus ingresos se vean resentidos en el corto plazo.

Efectos de Avances Tecnológicos: El desarrollo tecnológico, específicamente la masificación del uso de internet en el comercio, podría llevar a un proceso acelerado de desintermediación en el mercado de bienes transables con un fuerte impacto negativo para el emisor, especialmente en el rubro de materiales para la construcción.

Altos Niveles de Competencia: La fuerte competencia que presenta la empresa en los distintos mercados en que opera la hace altamente vulnerable ante decisiones equivocadas en términos comerciales; a la vez que la presión a los márgenes de venta obliga a la necesidad de crecer y de poder acceder a economías de escalas.

A nivel nacional, en el sector de supermercados participa una amplia gama de cadenas, destacando en la competencia D&S y Santa Isabel. Alto las Condes compete en la actualidad con Parque Arauco, el centro comercial más antiguo del país, y próximamente lo hará con el Grupo Plaza, en La Florida, el cual posee presencia a nivel nacional. Por su parte, Easy posee entre sus competidores a Homecenter Sodimac y a Home Depot, el primero líder del mercado a nivel nacional y el segundo líder mundial en su especialidad.

En Argentina la competencia es igual de intensa, pero además tiene el agravante que la demanda se encuentra altamente deprimida.

Contratos de Arriendos: Dentro del negocio inmobiliario, si bien se mantienen contratos de largo plazo, éstos no están exentos a que el arrendatario les ponga término anticipadamente, situación que podría ser particularmente adversa en períodos prolongados de recesión.

Nuevas Inversiones: La empresa está inmersa en un plan que implica importantes niveles de inversión, tanto en Chile como en Argentina, lo que implica estar expuestos a los riesgos de sobre-costos y sobre-plazos.

Exposición Cambiaria: Parte importante de las compras y de los pasivos del emisor son en dólares, situación que hace sensible a la empresa antes fluctuaciones en las paridades cambiarias, sin que realice operaciones de cobertura de riesgo.

Aumento del Endeudamiento: La emisión de bonos implica un aumento en la deuda financiera de hasta UF 9,5 millones, nivel que, aunque controlable, podría ser considerado elevado si la sociedad no cumple con el crecimiento esperado de sus flujos.

Características de la Emisión

<i>Series</i>	: A y B
<i>Monto</i>	: <i>Monto nominal máximo de ambas series: UF 6.000.000</i> <i>Monto máximo Serie A: UF 4.000.000</i> <i>Monto máximo Serie B: UF 6.000.000</i>
<i>Tasa de Interés</i>	: <i>Serie A: Tasa efectiva anual, vencida del 6,00% sobre el saldo insoluto expresado en Unidades de Fomento, sobre la base de 360 días.</i> <i>Serie B: Tasa efectiva anual, vencida del 6,50% sobre el saldo insoluto expresado en Unidades de Fomento, sobre la base de 360 días.</i>
<i>Pago de Intereses</i>	: <i>Semestralmente a partir del 1° de marzo de 2002.</i> <i>Los intereses se comienzan a devengar desde el 1° de septiembre de 2001.</i>
<i>Amortizaciones de Capital</i>	: <i>Serie A: En doce cuotas semestrales iguales y sucesivas entre el 1° de marzo de 2004 hasta el 1° de septiembre de 2009.</i> <i>Serie B: En treinta y cuatro cuotas semestrales crecientes y sucesivas entre el 1° de marzo de 2010 hasta el 1° de septiembre de 2026.</i>
<i>Uso de los Fondos</i>	: <i>Financiamiento de proyectos de inversión y reducción de pasivos.</i>
<i>Rescate Anticipado</i>	: <i>Serie A: A contar del 1° de marzo de 2008.</i> <i>Serie B: No tiene.</i>
<i>Garantías</i>	: <i>Sin garantías específicas. Sin perjuicio de la prenda general sobre los bienes del emisor.</i>

Antecedentes Generales

Hipermercado Jumbo S.A. es una sociedad con giro de inversiones y supermercados, constituida el 10 de noviembre de 1978.

El emisor presenta inversiones en diversas empresas, tanto en Chile como en Argentina, con actividades en los sectores de supermercados, centros comerciales, inmobiliario y comercial.

Inversiones de Hipermercado Jumbo S.A.
 31 marzo 2001

<i>Sociedad</i>	<i>País</i>	<i>Giro</i>	<i>Porcentaje de Particip. (a)</i>
<i>Hipermercado Jumbo Ltda.</i>	Chile	Supermercado	90,00%
<i>Inmobiliaria Las Verbenas S.A.</i>	Chile	Inmobiliaria	92,93%
<i>Ditys S.A.</i>	Chile	Comercializadora	98,49%
<i>Mercado Mayorista P y P Ltda.</i>	Chile	Importadora	90,00%
<i>Comercial Food & Fantasy Ltda.</i>	Chile	Juegos de entretenimiento	90,00%
<i>Inmobiliaria Rotondo S.A.</i>	Chile	Inmobiliaria	100,00%
<i>Adm. del Centro Comercial Alto Las Condes Ltda. S.A.</i>	Chile	Administración	45,00%
<i>Inversiones Jumbo S.A.</i>	Argentina	Sociedad de inversiones	99,93%
<i>Cencosud S.A.</i>	Argentina	Administración de centros comerciales	99,93%
<i>Unicenter S.A.</i>	Argentina	Administración de servicios	99,90%
<i>Agrojumbo S.A. (b)</i>	Argentina	Explotación de olivos	87,50%
<i>Inversiones Jumbo International Ltd.</i>	Estados Unidos	Sociedad de inversiones	99,99%

(a) Directo e indirecto.

(b) Se encuentra en etapa de desarrollo y puesta en marcha.

Las sociedades Hipermercado Jumbo S.A. e Hipermercado Jumbo Ltda. manejan, en conjunto, los cuatros supermercados con que cuenta en la actualidad el emisor en nuestro país (Jumbo Bilbao, Jumbo Kennedy, Jumbo Maipú y Jumbo Rancagua).

Inmobiliaria Las Verbenas S.A. fue constituida en noviembre de 1980, siendo su objeto la compra y venta, arrendamiento, loteo, construcción y en general la realización y administración por cuenta propia o ajena de toda clase de inversiones inmobiliarias, la inversión en el país o en el extranjero en bienes muebles corporales e incorporeales, la inversión en sociedades y la comercialización, producción, importación o exportación en forma permanente de todo tipo de bienes o productos. Los ingresos de esta sociedad provienen del arriendo de los locales comerciales del mall Alto Las Condes, del centro comercial de Rancagua, del Jumbo/Easy de Maipú y del Jumbo de Bilbao.

Ditys S.A. fue constituida en mayo de 1993, siendo su objeto la explotación y administración en todas sus formas de la actividad del comercio en general y especialmente la compra, venta, consignación, distribución, importación, exportación, así como la comercialización por cuenta propia o ajena de toda clase de bienes corporales muebles. Los ingresos de esta sociedad provienen de la operación de los tres locales Easy existentes en Chile (Easy Alto Las Condes, Easy Maipú y Easy Rancagua).

Cencosud S.A., ubicada en Buenos Aires, Argentina, fue constituida en junio de 1981, siendo su actividad principal la explotación de centros comerciales e hipermercados en dicho país.

Activos Relevantes

En la actualidad, el emisor cuenta con 14 hipermercados, diez en Argentina y cuatro en Chile; 18 tiendas Easy, quince en Argentina y tres en Chile; y doce centros comerciales, de los cuales dos se ubican en Chile.

Chile

División Supermercados

El emisor cuenta con cuatro hipermercados Jumbo en Chile, tres en Santiago (Kennedy, Bilbao y Maipú) y uno en regiones (Rancagua), los cuales cuentan con una gran variedad de productos nacionales e importados, alimentos orgánicos y de elaboración propia.

División Easy

Se cuenta con tres tiendas Easy en Chile, dos en Santiago (Kennedy y Maipú) y una en regiones (Rancagua), las cuales cuentan con una gran variedad de productos para la construcción, remodelación y equipamiento de la casa y jardín, en los cuales destacan aquellos del tipo "hágalo usted mismo" tendientes a dar soluciones a quienes realizan proyectos con sus propias manos.

División Shopping Center

El emisor cuenta con dos centros comerciales en Chile, uno en Santiago (Alto Las Condes) y el otro en Rancagua. El primero es reconocido como un mall regional, en el cual se encuentran un hipermercado Jumbo y una tienda Easy, 213 locales, tres tiendas departamentales, un centro de comidas, doce salas de cine, un centro médico y 5.000 estacionamientos. El centro comercial de Rancagua, más pequeño, posee un hipermercado Jumbo, una tienda Easy, 30 locales y 1.400 estacionamientos.

División Inmobiliaria

La superficie arrendable en Chile es de 150.552 metros cuadrados, de los cuales un 60% se concentra en el mall Alto Las Condes. El resto de la superficie arrendable corresponde al centro comercial ubicado en Rancagua (17% del total); un 15% al Hipermercado Jumbo de Maipú, donde también hay una tienda Easy y 28 locales; y el 8% restante al Hipermercado Jumbo de Bilbao, donde existen 16 locales y juegos de entretención.

Argentina

El emisor cuenta con diez hipermercados Jumbo en Argentina, con características similares a los de Chile. Además, cuenta con quince tiendas Easy en Argentina, con presencia en Buenos Aires y otras zonas del país.

Posee diez centros comerciales en Argentina, los cuales se pueden dividir entre: Malls Regionales (dos), de gran tamaño, con un gran número de locales (entre 150 y 300), centro de comida, salas de cine y centro de entretención; Centros Comunales (tres), que no poseen más de 40 locales; y Tiendas Outlets (cinco), que cuentan con 30 a 50 locales, pero están dirigidos a un mercado específico. Todos cuentan con un hipermercado Jumbo y una tienda Easy, salvo el mall regional Unicenter que no posee una tienda Easy.

Planes de Inversión

Chile

Se encuentra en construcción el centro comercial Florida Center, en la comuna de La Florida, que en una primera etapa contempla la construcción de un Hipermercado Jumbo y una tienda Easy, con una infraestructura de tres niveles, 200 locales, 2 tiendas departamentales y 5 mil estacionamientos. Se estima que esta zona tiene un potencial de desarrollo importante debido al mejoramiento de la infraestructura vial y de los sistemas de transporte que facilitan el acceso al sector, a la cercanía de varias comunas en desarrollo y al aumento de los proyectos habitacionales en la zona. Su puesta en operación se estima para septiembre de 2002.

Otro centro comercial a construir estará ubicado en La Dehesa, el cual será de dos niveles y contempla la construcción de un hipermercado Jumbo y una tienda Easy, estacionamientos subterráneos y 90 locales comerciales. Su puesta en operación se estima para octubre de 2002.

Para inicios de 2002 se espera la puesta en operación de dos centros comerciales adicionales, que contarán con un hipermercado Jumbo y una tienda Easy, en la ciudad de Viña del Mar y en Padre Hurtado. Para este mismo año se espera la inauguración de una tienda Easy en la comuna de Peñalolén.

Argentina

Dentro de las obras en curso se encuentra la construcción de seis centros comerciales en los cuales se ubicarán un hipermercado Jumbo y una tienda Easy, uno a inaugurar dentro del presente año y el resto durante el año 2002.

Además, se contempla la apertura de cuatro tiendas Easy durante el año 2001.

Antecedentes del Mercado

Chile

Supermercados

La industria de supermercados es el canal de distribución más importante de productos de consumo masivo en la actualidad, el que ha estado aparejado al aumento del ingreso per cápita desde la década de los ochenta y a una expansión de los supermercados.

La industria de supermercados en Chile es altamente competitiva (existen más de 600 supermercados a nivel nacional), con una tendencia a la baja en los márgenes de venta y a la consolidación del sector hacia grandes cadenas de distribución. A esto se añade la reciente entrada de la cadena internacional Carrefour al mercado local y la probable entrada de otras.

La principal cadena de supermercados del país es D&S - que agrupa a Almac, Ekono y Líder - con una participación de mercado de un 28% y un 40%, en Chile y la Región Metropolitana, respectivamente, según antecedentes del año 2000. Le siguen las cadenas Santa Isabel, Jumbo y Unimarc.

Entre las tendencias de este sector destaca la oferta de productos de "marcas propias", consistente en ofrecer productos a una relación precio -calidad muy competitiva, aprovechando el ahorro de costos por no invertir en publicidad. Este segmento ha mostrado un fuerte crecimiento y se estima posee un potencial de desarrollo relevante, especialmente considerando la tendencia a la baja de los márgenes de venta de los supermercados.

Centros Comerciales

Los centros comerciales han observado un importante desarrollo durante los últimos veinte años, producto de los cambios de hábitos del consumidor y el desarrollo económico, desplazando a los locales tradicionales, tales como tiendas pequeñas, centro de la ciudad y lugares tradicionales de compras.

Desde 1982 - año en que se abrió el primer mall de Chile, en Santiago, Parque Arauco Shopping Center - se han construido más de una docena de nuevos centros comerciales a lo largo del país. En la Región Metropolitana el líder, en términos de ventas, es Parque Arauco, seguido por Alto Las Condes. Otros malls importantes de esta región son: Plaza Vespucio, Plaza Oeste, Mall Arauco Maipú, Mall del Centro y Plaza Tobalaba.

En regiones, los centros comerciales existentes son: Plaza La Serena y Puerta del Mar, en La Serena; Mall Marina Arauco, en Viña del Mar; Mall del Centro, en Rancagua; Plaza Maule, en Talca; Plaza El Trébol, en Concepción; Patio La Terrazas y El Roble, en Chillán; Mall de Temuco, en Temuco; y Paseo del Mar, en Puerto Montt.

Tiendas de Distribución de Materiales de Construcción y Hogar

El mercado de distribución de materiales para la construcción, incluido productos para el mejoramiento del hogar, se estima del orden de los US\$ 3.900 millones anuales y ha presentado en los últimos diez años, salvo en 1998 y 1999 en que hubo una contracción en las ventas, tasas de crecimiento entre un 5% y un 10% anual.

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

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

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

Sodimac S.A. se ha posicionado claramente como el líder del mercado, ello gracias a su relevante participación en el segmento de ventas al detalle y de ventas a empresas medianas y pequeñas, siendo seguido por Easy y Home Depot.

Argentina

En Argentina, el emisor participa en el sector comercio por medio de supermercados, tiendas Easy y centros comerciales.

Durante el año 2000, el mercado argentino se vio afectado por el entorno económico desfavorable del país, lo que provocó una reducción de las ventas a nivel general de los supermercados del país. En este sector, Jumbo posee una participación de mercado aproximada de un 10% y un 5,9% en Buenos Aires y Argentina, respectivamente.

En Argentina, existen más de 40 malls, principalmente en Buenos Aires, donde se concentra la tercera parte de la población del país y cerca de la mitad del PGB. Los dos mayores operadores de centros comerciales en Argentina son Alto Palermo S.A. – controlado por Parque Arauco S.A. – y Cencosud S.A. En Buenos Aires el principal operador es el primero, con cinco centros comerciales y una participación de mercado de un 70%, en términos de ventas.

En comercialización de productos para la construcción, remodelación y equipamiento de la casa y jardín, Easy es la cadena líder en Argentina.

Propiedad

Al 31 de marzo de 2001 los cuatros accionistas de la sociedad son los siguientes:

<i>Nombre o Razón Social</i>	<i>Porcentaje de Participación</i>
<i>Quinchamalí S.A.</i>	<i>50,52%</i>
<i>Inversiones Latadía S.A.</i>	<i>47,83%</i>
<i>Horst Paulmann Kemna</i>	<i>1,63%</i>
<i>Helga Koepfer Schoebitz</i>	<i>0,02%</i>

Los controladores de la sociedad son Don Horst Paulmann Kemna y sus hijos, quienes poseen un 56,79% de la propiedad del emisor, personalmente y a través de las sociedades Quinchamalí S.A. e Inversiones Latadía S.A.

Resultados Consolidados a Marzo de 2001

Durante el primer trimestre de 2001, Hipermercado Jumbo S.A. y filiales generó ingresos de explotación por M\$ 211.013.130 (más de 345 millones de dólares), lo que representa un crecimiento real de 26,16% con respecto a igual periodo del año pasado.

En el mismo período, los costos de explotación alcanzaron un monto de M\$ 149.126.222, lo que significó un crecimiento real de 28,40% con respecto al primer trimestre del año 2000.

Los gastos de administración y venta sumaron M\$ 44.080.714 durante los tres primeros meses del año 2001, en comparación a los M\$ 33.015.460 de igual periodo de 2000 (expresado en moneda del año 2001), implicando un crecimiento real de 33,52%.

El resultado de operación de este periodo ascendió a M\$ 17.806.194 y el resultado final del ejercicio a una utilidad de M\$ 13.611.585. Esto representó una disminución real de 1,59% del resultado operacional y un crecimiento real de 12,18% del resultado neto, con respecto al mismo periodo del año pasado.

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