

Ripley Chile S.A.

Agosto 2006

Categoría de Riesgo y Contacto¹

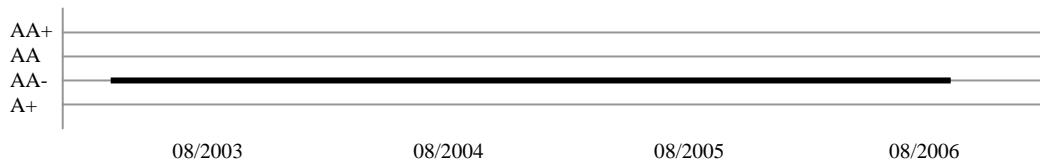
Tipo de Instrumento	Categoría	Contactos	
Bonos	AA-	Socio Responsable Gerente a Cargo Analista	Alejandro Sierra M. Aldo Reyes D. Tomás Escoda C.
Tendencia	<i>Estable</i>	Teléfono Fax	56-2-204 7293 56-2-223 4937
Otros Instrumentos Clasificados	No hay	Correo Electrónico Sitio Web	ratings@humphreys.cl www.moodyschile.cl
EEFF base	30 junio 2006	Tipo de Reseña	Informe Anual

Número y Fecha de Inscripción de Emisiones de Deuda

Bono Serie B	N° 357 de 11.11.03
Línea de Bonos	N° 358 de 11.11.03
Serie A	Primera Emisión

Clasificación Histórica

Bonos



Estado de Resultados Consolidado

Cifras en Miles de \$ a Junio de 2006	Año 2003	Año 2004	Año 2005	Junio 2006
Ingreso Operacional	479.169.306	533.473.289	582.398.818	286.002.950
Costo Explotación	-289.255.663	-316.409.285	-344.013.443	-163.537.371
Gasto Admin. y Venta	-157.756.981	-179.097.127	-189.505.994	-95.763.661
Resultado Operacional	32.156.663	37.966.876	48.879.381	26.701.918
Resultado No Operacional	-2.183.849	-9.106.385	-30.879.751	-6.959.935
Utilidad Neta	29.503.792	25.987.015	16.135.706	16.879.791

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

Balance General Consolidado

Cifras en Miles de \$ a Junio de 2006	Año 2003	Año 2004	Año 2005	Junio 2006
Activo Circulante	307.384.612	313.474.190	370.428.982	360.939.940
Activo Fijo	123.888.352	127.927.755	135.455.414	139.050.057
Otros Activos	93.683.269	128.974.823	108.098.064	112.630.214
Total Activos	524.956.233	570.376.769	613.982.460	612.620.211
Pasivo Circulante	124.765.125	173.580.323	157.329.027	130.179.062
Pasivo Largo Plazo	159.778.227	147.830.851	123.869.793	141.841.011
Interés Minoritario	1.298.879	1.584.356	1.254.072	172.484
Patrimonio	239.114.002	247.381.239	331.529.568	340.427.654
Total Pasivos	524.956.233	570.376.769	613.982.460	612.620.211

Opinión

Fundamento de la Clasificación

Ripley Chile S.A. es la matriz de un grupo de empresas orientadas a la actividad comercial, la cual se desarrolla a través de tres áreas: *Retail* (tiendas por departamento); Financiero (principalmente para apoyar las ventas a crédito de sus tiendas) e Inmobiliario (participación en la propiedad y administración de centros comerciales). Para estos efectos se han constituido diferentes empresas interrelacionadas y complementarias entre sí.

La clasificación de los bonos de **Ripley Chile S.A.** en “Categoría AA-”, se fundamenta en las siguientes fortalezas:

- Una estrategia de negocios que ha demostrado ser exitosa a través del tiempo y que se sustenta en un nivel de pasivos financieros adecuados en relación con los retornos de la compañía, situación que descansa, básicamente, en la rentabilidad que otorga la combinación de ventas al detalle y el financiamiento otorgado a sus clientes, lo cual permite en forma satisfactoria cubrir los costos de venta, incobrabilidad de los créditos y gastos asociados a la cobranza y administración del *holding*.
- La posición de mercado y el reconocimiento de la marca comercial “Ripley” en Chile, apoyada en una fuerte campaña publicitaria y en la presencia de sus salas de ventas en los principales centros comerciales del país.
- Una cartera de clientes atomizada, que diversifica el riesgo de la empresa y facilita el comportamiento estadísticamente normal de su cartera de deudores.
- La ubicación de sus 31 puntos de ventas en Santiago y las principales comunas de provincias, de alta densidad poblacional y con importante potencial de crecimiento y/o elevados niveles de ingresos.
- La amplia red de proveedores con que cuenta el negocio de *retail* y la existencia de alternativas a los mismos, lo que asegura un adecuado abastecimiento para la compañía y una baja dependencia ante la conducta de aquellos.

Por otra parte, los riesgos y desafíos a los cuales se ve enfrentado el emisor y que afectan o pudieren afectar su nivel de solvencia son:

- La sensibilidad de la demanda a la actividad económica del país, afectando las ventas al detalle y el comportamiento crediticio de los deudores.

- Los altos niveles de competencia existentes en el sector, por la presencia de operadores con respaldo financiero y por la necesidad de generar constantemente eficiencias en términos comerciales; sin descartar a futuro la llegada de operadores externos.
- La necesidad de mantener y administrar un crecimiento sostenido, el cual conlleva a la necesidad de inversión en nuevos puntos de ventas, al financiamiento de mayores volúmenes de cuentas por cobrar, y al mejoramiento continuo de la administración de inventarios y de aspectos logísticos.
- El hecho de ampliar la cobertura del uso de la tarjeta comercial Ripley, que incrementa la importancia relativa del negocio financiero y, por ende, los riesgos asociados a éste, en especial los relativos a la administración de la liquidez y calce de plazos de la empresa. Todo ello, en un entorno que, probablemente, presionará a una reducción en los niveles de margen financiero (*spread*).
- La exposición al tipo de cambio de las compras, acotado mediante operaciones de cobertura de riesgo (uso de *forwards* de moneda).

Las perspectivas de la clasificación se estiman en “*Estables*”, considerando el nivel de solvencia de *holding* y su posicionamiento en el mercado, no evidenciándose elementos que pudieren afectar negativamente su capacidad de pago.

Definición Categorías 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.

El signo “-” corresponde a aquellos instrumentos con mayor riesgo relativo dentro de su categoría.

Oportunidades y Fortalezas

Posición y Reconocimiento de Marca: **Ripley** es una de las tres principales tiendas por departamento de Chile y la marca “Ripley” se encuentra fuertemente posicionada en el mercado y es ampliamente reconocida por los consumidores, situación que es reforzada por una activa campaña publicitaria.

Amplia Cartera de Clientes: La tarjeta de crédito de la sociedad (Tarjeta Ripley) le permite acceder en forma directa a una amplia base de clientes. Asimismo, el crédito otorgado favorece la fidelidad y permanencia de los consumidores. La existencia de más de cuatro millones de tarjetas emitidas, reducen el riesgo crediticio al facilitar un comportamiento estadísticamente normal de la cartera de deudores.

Adecuada Cobertura de Ventas: La cantidad de locales comerciales con que cuenta el *holding* y la cobertura territorial de los mismos, disminuye en términos comparativos los efectos negativos de eventuales bajas en los niveles de actividad de determinados puntos de ventas. En la actualidad, Ripley presenta una amplia cobertura con 31 tiendas, de las cuales 16 están ubicadas en regiones.

Calidad de la Administración y Experiencia en el Negocio: La sociedad cuenta con una experiencia de 50 años en el negocio comercial y de 30 años en el otorgamiento de crédito. En todo este período se ha mantenido el grupo controlador (familia Calderón), el cual, además, tiene participación en otras empresas de ventas al detalle apoyada con sistemas de crédito.

Buen Desempeño Bajo Escenario Desfavorable: En períodos recesivos o de escaso crecimiento de la demanda, **Ripley** ha logrado mantener su crecimiento y proceso de expansión sin afectar, en términos

generales, su capacidad de pago. De esta forma, se puede decir que la empresa está capacitada para accionar en escenarios desfavorables.

Amplia Red de Proveedores y Capacidad de Oferta: La amplia red de proveedores con que cuenta el *holding* y la existencia de alternativas a los mismos, asegura un adecuado abastecimiento para la compañía y una baja dependencia ante la conducta de aquellos. Asimismo, la amplia gama de productos ofrecidos la convierten en un centro de compra de interés para los consumidores.

Solidez Financiera: La solidez financiera de la empresa queda reflejada en el crecimiento sostenido que han experimentado sus ingresos y flujos operacionales durante los últimos años, los cuales presentan niveles adecuados en relación con los pasivos asumidos. La buena liquidez que presenta es otra muestra del nivel de solvencia de la sociedad.

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 las ventas del comercio en general. Igual característica presenta el comportamiento crediticio de los deudores, disminuyendo la tasa de recuperación de los créditos.

Altos Niveles de Competencia: La fuerte competencia que presentan las tres principales tiendas por departamentos en Chile, lo que en la práctica se ha traducido en una oferta relativamente homogénea, hace al emisor altamente vulnerable ante decisiones equívocas 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 escala. Por otro lado, el desarrollo tecnológico, específicamente la masificación del uso de *internet* en el comercio, podría llevar a un proceso de desintermediación en el mercado de bienes transables con el consiguiente impacto negativo para la industria y el emisor. Actualmente, Ripley disputa el segundo lugar entre las grandes tiendas con Paris, perteneciente al grupo Cencosud.

Intensificación del Negocio Crediticio: La empresa está promoviendo un mayor uso de su tarjeta comercial (comercio asociado, por ejemplo), por lo cual debiera intensificarse el riesgo del negocio financiero. Por lo tanto, se incrementará la necesidad de un manejo adecuado de su liquidez, aún cuando se reconoce la capacidad de la administración para manejar una mayor cartera de clientes y negocios, dados los resultados mostrados tras su explosivo crecimiento durante los últimos años.

Dependencia de los Puntos de Ventas: Una de las principales características de la venta al detalle es la ubicación de los puntos de ventas. Por lo tanto, cualquier situación negativa (disminución de la concurrencia) que afecte a los centros comerciales en donde se ubican las tiendas **Ripley** necesariamente repercutirá sobre las ventas.

Exposición Cambiaria: Parte de las compras de la entidad son adquiridos en países extranjeros, situación que hace sensible a la empresa ante fluctuaciones en las paridades cambiarias. En todo caso, en la actualidad este riesgo está acotado mediante operaciones de cobertura de riesgo por el cien por ciento del valor de las compras. El instrumento de preferencia son los contratos *forward* de monedas.

Antecedentes Generales

Ripley nace en 1956 a través de la inauguración de la primera tienda de Calderón Confecciones, negocio de confección y venta al por menor. En 1964 se inaugura la primera tienda Ripley en pleno centro de Santiago. El año 1976 se comienza a operar un sistema de crédito en cada sucursal.

En 1978 se crea la razón social Comercial Eccsa S.A., agrupando a todas las tiendas comerciales de la época y separando las actividades comerciales de las productivas, quedando estas últimas a cargo de Calderón Confecciones.

En 1993 se inaugura la primera tienda en un mall (Parque Arauco), lo que da inicio a un profundo cambio de imagen y reposicionamiento. Además se crea Ripley Novios.

En el año 2000 se inaugura el e-business a través de www.ripley.cl. Junto con esto se autoriza la operación de la corredora de seguros.

En el año 2003, Ripley Chile concreta su primera emisión de bonos en el mercado local

Estructura

Ripley Chile S.A. es un *holding* empresarial que abarca tres áreas de negocios interrelacionadas y complementarias: *Retail*, Inmobiliario y Financiero.

Ripley Retail S.A.

Opera las tiendas por departamento de la cadena, que a diciembre de 2005 sumaba 31 puntos de venta activos (15 ubicados en Santiago y 16 en regiones), con una superficie de ventas total de 179.624 metros cuadrados.

Ripley Inmobiliario S.A.

Se dedica a la inversión en la construcción y al desarrollo de centros comerciales, con participación en cinco centros a la fecha. Es dueño en un 100% de los centros: Panorámico, Mall del Centro de Santiago y Mall del Centro de Rancagua. Adicionalmente, participa en la propiedad del Mall Marina Arauco en Viña del Mar (33%) y del Mall Calama (25%).

Ripley Financiero: Está compuesto por varias empresas, entre las que destacan:

- Comercial Eccsa S.A.

Está encargada de realizar las compras para las tiendas del *holding*.

- Car S.A.

Está encargada de administrar la cartera de clientes que poseen la tarjeta Ripley. Su principal activo está constituido por las cuentas por cobrar a los deudores (usuarios de la tarjeta), los cuales se financian mediante préstamos de empresas relacionadas (Comercial Eccsa S.A.). Además, CAR posee una cartera con la cual va obteniendo recursos para su propia operación, además de los préstamos señalados.

- Evaluadora de Créditos S.A.

Está encargada de realizar la evaluación financiera a los clientes que solicitan la tarjeta y de administrar las líneas de crédito de los clientes que la poseen.

- Sociedad de Cobranzas Payback S.A.

Está encargada de llevar a cabo las gestiones de cobranza a los clientes de la tarjeta.

Propiedad

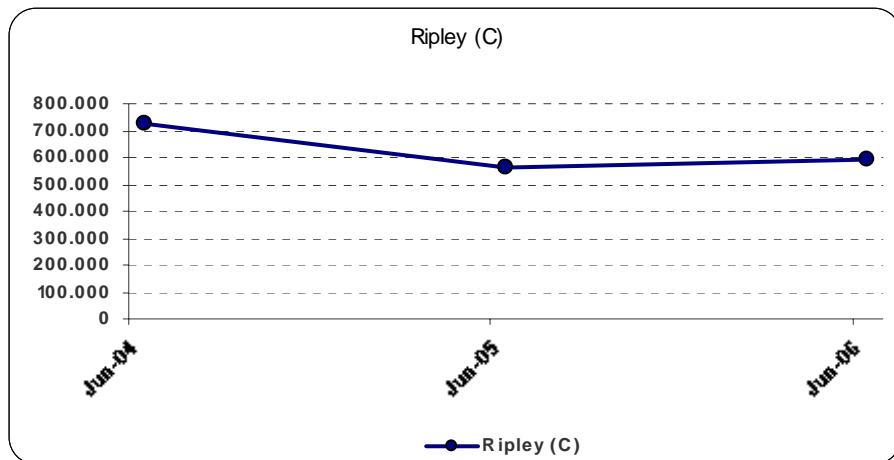
Al 30 de junio de 2006 la propiedad de la sociedad se distribuye en dos sociedades: Ripley Corp S.A. con el 99,9926% de la propiedad (195.476.877.938 acciones pagadas); y Sociedad Grandes Inversiones Ltda. Con el 0,0074% (14.555.756 acciones pagadas).

Resultados a Diciembre 2005 y Junio 2006²

El resultado de explotación del 2005, fue 29% superior al 2004 (resultados a Diciembre), llegando a \$ 48.879 millones, impulsado por el aumento en ventas de 9% registrado en el mismo periodo.

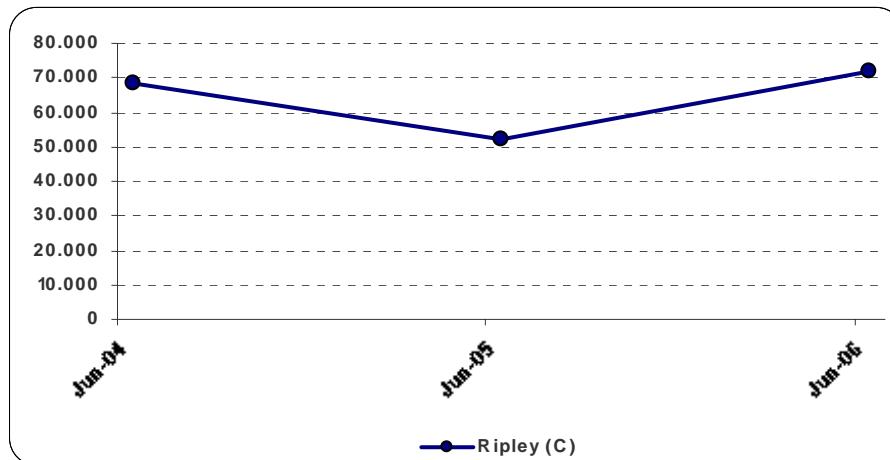
La tendencia en el aumento de ventas se ha incrementado en los resultados a junio, en el que en resultado en explotación es 48% mayor que en junio de 2005, impulsado por un aumento de 4% de las ventas en el mismo periodo, a lo que se agrega que en el mismo periodo los costos de explotación y los GAV aumentaron sólo un 0,6% y un 0,7%, respectivamente.

En el siguiente gráfico se muestra la evolución en ventas de la empresa (medidas en años móviles a junio de 2006).

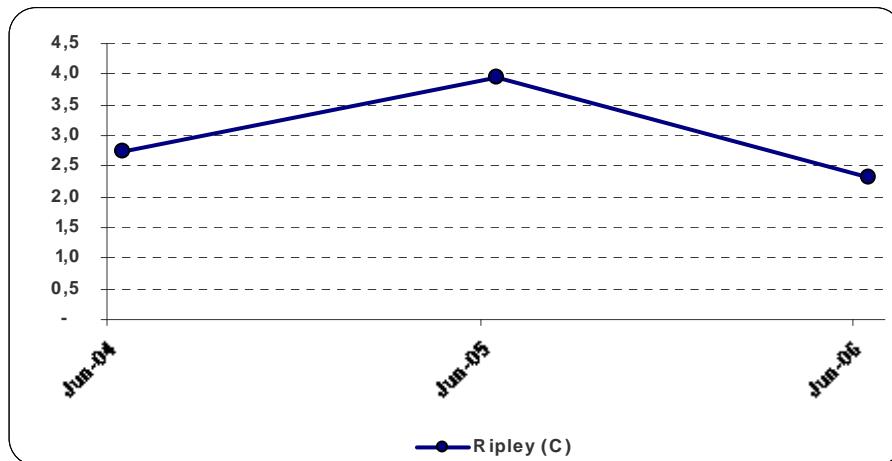


Por su parte, el Ebitda de la empresa se ha recuperado luego de la baja registrada en el 2004, y se ubica en los niveles previamente observados, en torno a los \$ 71.636 millones (medido en años móviles a junio de 2006).

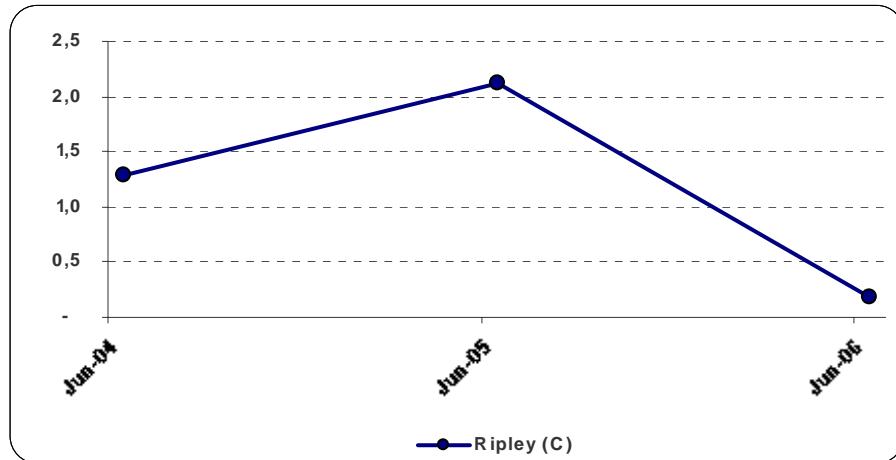
² Todas las cifras posteriores en moneda a Junio de 2006. Los gráficos en años móviles a junio 2006.



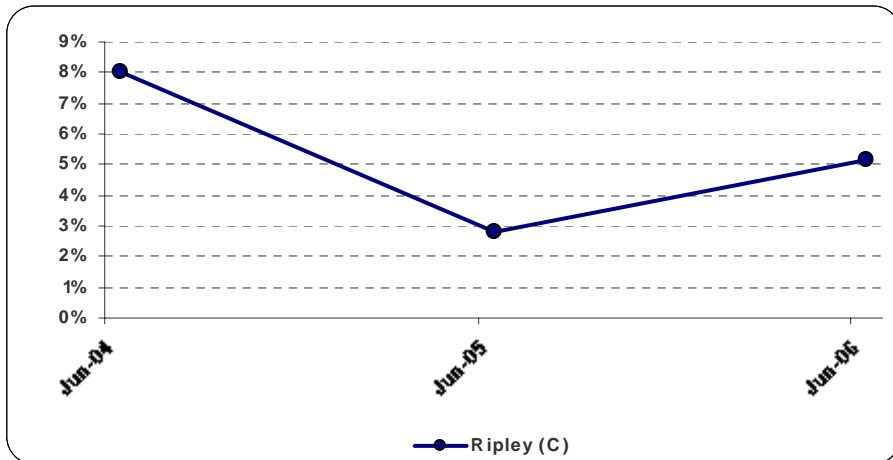
En tanto, la empresa ha logrado reducir la deuda financiera. A junio de 2006, ésta es de \$152.513 millones, luego de que en marzo de 2005 la deuda alcanzara un valor de \$ 216.039 millones. En el siguiente gráfico, se observa el periodo de pago de la deuda financiera de la empresa (Deuda financiera/Ebitda)



Sin embargo, por tratarse de un negocio en el que el retail es parte clave, hay que considerar el efecto de las cuentas por cobrar, las cuales deben considerarse como un factor que favorece los indicadores de endeudamiento. Para esto, se considerará el 75% de las cuentas por cobrar que tiene la empresa y se restarán de la deuda financiera. El gráfico de periodo de pago de la deuda financiera es el siguiente:



En el siguiente gráfico se puede apreciar la rentabilidad de los activos (Utilidad final / Total de activos):



Por último, el resultado neto del 2005 fue de \$ 16.136 millones, un 38% menor que el registrado el 2004. Esto se explica por una pérdida contable (no representa flujo de caja), a raíz de un cambio en la política de provisiones, de unos \$ 12.000 millones. El Ebitda en el año 2005 fue de \$ 62.485 millones, 22% mayor que en el ejercicio anterior. A junio de 2006, el resultado neto fue de \$ 16.880 millones, mejorando con respecto a las utilidades por \$ 2.165 millones registradas a junio de 2005.

Bonos

Actualmente Ripley tiene 2 bonos en el mercado

- Bono Serie B

- N° y fecha de inscripción:	357, 11/11/2003
- Monto colocado:	UF 3.500.000
- Tasa de carátula:	5,5% anual
- Vencimiento:	01/10/2024
- Duration:	9,33
- Valor par (Julio 2006):	UF 3.563.308

- Linea de bonos

- N° y fecha de inscripción:	358, 11/11/2003
- Primera Emision (Serie A)	
- Monto colocado:	UF 3.000.000
- Tasa de carátula:	4,3% anual
- Vencimiento:	01/10/2011
- Duration:	4,26
- Valor par (Julio 2006):	UF 2.392.111

"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".



An affiliate of
MOODY'S INVESTORS SERVICE

Clasificadora de Riesgo
HUMPHREYS LTDA.

Anexo: Indicadores³

	Sep-03	Dic-03	Mar-04	Jun-04	Sep-04	Dic-04	Mar-05	Jun-05	Sep-05	Dic-05	Mar-06	Jun-06
1.- LIQUIDEZ												
Liquidez (veces)	1,72	1,73	1,75	1,76	1,78	1,76	1,74	1,73	1,74	1,76	1,78	1,79
Razón Circulante (Veces)	1,41	1,84	2,01	2,03	2,21	2,04	1,88	1,82	1,94	2,08	2,27	2,52
Razón Circ. (s/CxC a Emp. Relac.) (veces)	1,37	1,78	1,94	1,97	2,14	1,98	1,81	1,75	1,87	2,01	2,23	2,48
Razón Ácida (veces)	0,97	1,32	1,46	1,46	1,58	1,41	1,26	1,21	1,30	1,45	1,62	1,83
Rotación de Inventarios (veces)	10,58	7,48	6,00	5,34	3,45	3,36	3,20	3,22	3,28	3,42	3,50	3,60
Promedio Días de Inventarios (días)	34,49	48,82	60,79	68,34	105,66	108,54	114,09	113,47	111,26	106,70	104,33	101,40
Rotación de Cuentas por Cobrar (veces)	12,39	7,28	5,71	5,22	3,52	3,82	4,16	4,29	3,97	3,50	3,09	2,84
Promedio Días de Cuentas por Cobrar (días)	29,45	50,16	63,92	69,87	103,77	95,56	87,77	85,15	92,00	104,21	118,25	128,71
Rotación de Cuentas por Pagar (veces)	17,58	10,37	8,24	7,51	5,16	5,21	4,89	4,92	4,91	5,06	5,38	5,58
Promedio Días de Cuentas por Pagar (días)	20,76	35,20	44,30	48,60	70,75	70,12	74,67	74,14	74,31	72,08	67,90	65,36
Diferencia de Días (días)	-8,69	-14,96	-19,62	-21,27	-33,02	-25,44	-13,10	-11,02	-17,69	-32,13	-50,35	-63,34
Ciclo Económico (días)	43,19	63,78	80,41	89,61	138,68	133,98	127,19	124,49	128,95	138,83	154,68	164,74
2.- ENDEUDAMIENTO												
Endeudamiento (veces)	0,56	0,55	0,55	0,54	0,54	0,54	0,55	0,56	0,57	0,54	0,50	0,48
Pasivo Exigible sobre Patrimonio (veces)	1,27	1,22	1,20	1,18	1,16	1,19	1,25	1,27	1,30	1,16	1,01	0,91
Pasivo Corto Plazo a Largo Plazo (veces)	1,96	1,21	1,06	1,05	0,94	1,04	1,17	1,21	1,06	1,07	1,04	0,97
Período Pago de Deuda Financiera (veces)	1,68	2,12	2,59	2,75	4,04	3,81	4,24	3,93	3,61	3,05	2,65	2,31
EBITDA sobre Deuda Financiera (veces)	0,60	0,47	0,39	0,36	0,25	0,26	0,24	0,25	0,28	0,33	0,38	0,43
Porción Relativa Bancos y Bonos (%)	72,6%	68,1%	67,5%	67,1%	66,2%	65,7%	65,0%	64,8%	61,3%	61,0%	59,7%	57,5%
Deuda Relacionada sobre Pasivos (%)	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	4,5%	4,8%	6,1%	8,4%
Véces que se gana el Interés (veces)	2,62	2,91	2,74	2,71	2,34	2,84	1,45	1,45	1,19	1,37	2,48	3,38
3.- RENTABILIDAD												
Margen Bruto (%)	39,1%	39,6%	40,1%	40,7%	41,3%	40,7%	40,1%	40,0%	40,3%	40,9%	41,5%	41,8%
Margen Neto (%)	5,2%	6,2%	5,9%	5,8%	4,9%	4,9%	2,5%	2,8%	2,3%	2,8%	4,7%	5,2%
Rotación del Activo (%) *	274,6%	189,8%	153,7%	139,7%	96,0%	98,0%	98,4%	100,2%	101,0%	100,1%	99,0%	98,4%
Rentabilidad Total del Activo (%) *	14,4%	11,7%	9,1%	8,0%	4,7%	4,8%	2,5%	2,8%	2,4%	2,8%	4,7%	5,1%
Rentabilidad Total del Activo (%)	14,4%	11,7%	9,1%	8,0%	4,7%	4,8%	2,5%	2,8%	2,4%	2,8%	4,7%	5,1%
Inversión de Capital (%)	0,58	0,54	0,53	0,52	0,50	0,50	0,51	0,51	0,52	0,49	0,46	0,43
Ingresos por Capital de Trabajo (veces)	17,94	7,46	5,39	4,87	3,05	3,40	3,73	3,99	3,70	3,35	3,05	2,75
Rentabilidad Operacional (%)	21,2%	15,9%	12,6%	11,9%	7,9%	8,8%	7,8%	8,7%	9,2%	10,5%	11,1%	11,7%
Rentabilidad Sobre Patrimonio (%)	32,7%	26,0%	20,1%	17,5%	10,2%	10,5%	5,6%	6,4%	5,4%	6,0%	9,4%	9,8%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. dsctada.) (%)	58,2%	57,8%	57,3%	56,8%	56,2%	57,0%	57,6%	57,8%	57,5%	56,8%	56,2%	55,9%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. sin dsctar.) (%)	60,9%	60,4%	59,9%	59,3%	58,7%	59,3%	59,9%	60,0%	59,7%	59,1%	58,5%	58,2%
Gtos. Adm. y Vta. sobre Ing. de Exp. (%)	33,1%	32,9%	33,5%	33,8%	34,6%	33,6%	33,9%	33,1%	33,1%	32,5%	32,5%	32,1%
ROCE (Return Over Capital Employed) (%)	37,5%	28,3%	22,4%	20,8%	13,8%	15,3%	13,8%	15,6%	16,7%	18,2%	18,0%	18,3%
E.B.I.T.D.A. a Ingresos	8,8%	9,3%	9,3%	9,4%	9,2%	9,6%	8,7%	9,2%	9,5%	10,7%	11,4%	12,1%
4.- OTROS INDICADORES												
Ctas. X Cob. Emp. Relac. sobre Patrimonio (%)	15,4%	15,5%	15,7%	15,7%	15,9%	14,9%	15,2%	13,6%	11,4%	8,2%	4,2%	2,4%
Terrenos sobre Pasivos Totales (%)	9,4%	9,3%	9,3%	9,3%	9,2%	8,9%	8,9%	9,0%	9,0%	9,6%	10,1%	10,3%
Invers. Valor Patrim. Proporción sobre Activos (%)	2,0%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,1%	2,1%
Capital sobre Patrimonio (%)	43,2%	44,3%	44,4%	44,0%	44,0%	43,6%	43,8%	43,8%	43,7%	51,2%	57,1%	62,3%

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