EMPRESAS LIPIGAS

Presentación Corporativa

Octubre 2015

Disclaimer

La información aquí contenida ha sido preparada por Empresas Lipigas S.A. (la “Compañía”) únicamente con un propósito informativo y no constituye promoción u oferta de compra o venta de valores. Esta presentación no debe ser considerada como asesoría de inversión. No está dirigida a objetivos específicos de inversión, situación financiera o necesidades particulares de ningún destinatario en concreto. No se otorga ninguna declaración o garantía, ni expresa ni implícita, en relación con la exactitud, integridad o fiabilidad del material aquí contenido. No debe ser considerado por los destinatarios como un sustituto del ejercicio de su propio criterio. Cualquier opinión de esta presentación únicamente se refiere a situaciones a la fecha en que fueron hechas y están sujetas a cambios sin aviso. La Compañía no está obligada a conservar la información aquí contenida. Ni la Compañía, ni sus subsidiarias, afiliadas, agentes, directores, socios o empleados se hacen responsables ante nadie de pérdidas que se ocasionen con motivo del uso de esta presentación. Esta presentación contiene declaraciones sobre eventos financieros futuros que están sujetos a riesgos e incertidumbres basados en expectativas actuales y proyecciones de eventos futuros y tendencias que pueden afectar el negocio de la Compañía. Estas declaraciones incluyen proyecciones de crecimiento económico, demanda y abastecimiento de GLP, así como información respecto de la posición de competitividad en el mercado, ambiente regulatorio, oportunidades de crecimiento y otras materias. Diversos factores pueden afectar las estimaciones y supuestos en que se basan las declaraciones y la mayoría de ellos están fuera del ámbito de control de la Compañía, por lo que no podemos asegurar eventos o resultados futuros. Esta presentación contiene conversiones de montos a Dólares de los Estados Unidos de América considerando tasas únicamente para facilitar al lector. Tales conversiones no deben ser consideradas como una garantía de que tales tasas de cambio realmente representan tales cifras en dólares americanos o que pueden ser convertidas según las tasas indicadas.

Agenda

1. Resumen de Lipigas
2. Atractivos de la Compañía

EMPRESAS LIPIGAS

1. Resumen de Lipigas

Líder en distribución de GLP en la Región Andina

Empresas Lipigas S.A. (la "Compañía" o "Lipigas") es una empresa líder en distribución de GLP en la Región Andina, siendo la única compañía con presencia en Chile, Colombia y Perú, los tres mercados más atractivos de la región.

Fuerte posicionamiento en Chile, Colombia y Perú

Junio 2015 UDM[1]

GAS PAIS #3

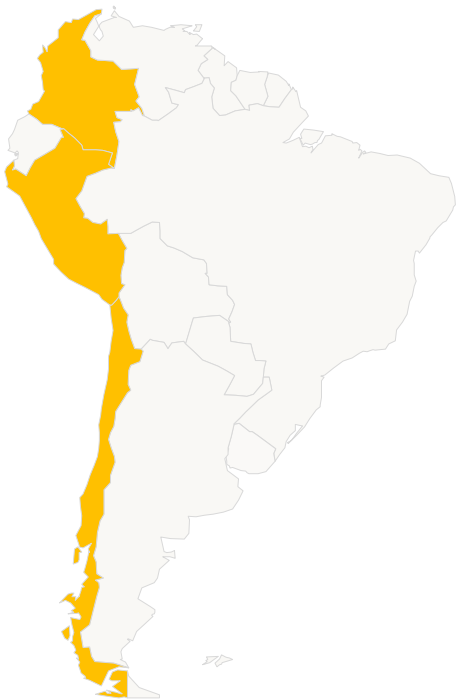
- 75.600 tons de GLP
- 13% del mercado

LIMAGAS #4

- 131.500 tons de GLP
- 8% del mercado

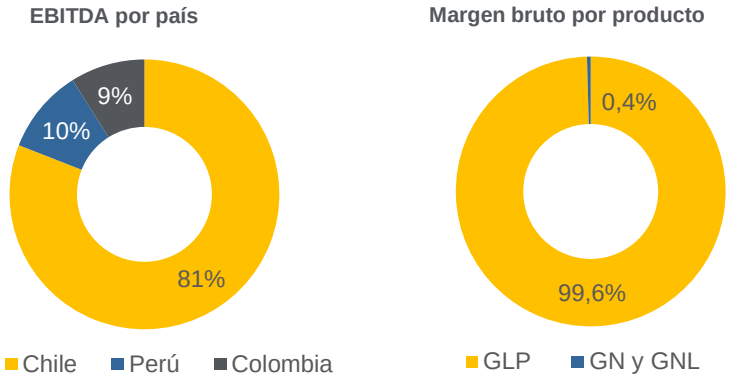
Lipigas #1

- 425.600 tons de GLP
- 37% del mercado



EBITDA y margen bruto de Empresas Lipigas

% EBITDA y margen bruto[2], junio 2015 UDM



Indicadores de resultado de Empresas Lipigas

Junio 2015 UDM

Ingresos junio '15 UDM: $395 mmm

EBITDA junio '15 UDM: $58 mmm

Utilidad junio '15 UDM : $27 mmm

Fuente: La Compañía, información páginas web.
(1) Últimos doce meses.
(2) Margen bruto no incluye gastos por depreciación y amortización.

Más de 60 de años de exitosa trayectoria

Grupo de empresas regionales de distribución de GLP

1950: Nace Lipigas, empresa distribuidora de GLP en Valparaiso

1959: Nace Codigas, empresa distribuidora de GLP en Santiago

1961: Agrícola O'Higgins, creada en 1953, inicia el servicio de abastecimiento en la provincia de O'Higgins

1977: Agrícola O'Higgins se constituye en Agrogas

Periodo de consolidación

1985: Las familias Yaconi, Santa Cruz, Noguera, Vinagre y Ardizzoni finalizan periodo de adquisición de distribuidoras de GLP, quedando con propiedad en Lipigas, Codigas, Agrogas y Enagas

2000: Grupo de familias propietarias vende el 45% de las acciones del grupo de empresas a REPSOL

2000-2004: Agrupando las cuatro marcas en Empresas Lipigas S.A., se busca la consolidación en términos de calidad de servicio, centralización de la administración y eficiencia operacional

2003 Lipigas. ESTAMOS MAS CERCA

Expansión internacional y diversificación

2010: Lipigas adquiere 70% (en 2013 adquiere el 30% restante) GAS PAIS

2012:Repsol vende su participación del 45% al grupo de inversionistas LV Expansión.

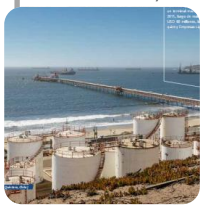
2012: Lipigas adquiere Pro Gas

2013: Lipigas adquiere LIMAGAS

2014: Lipigas adquiere LiderGas

2014: Comienza distribución GNL en camiones

2015: Primera emisión de bonos UF 3,5 mm (CLP 88 mmm)



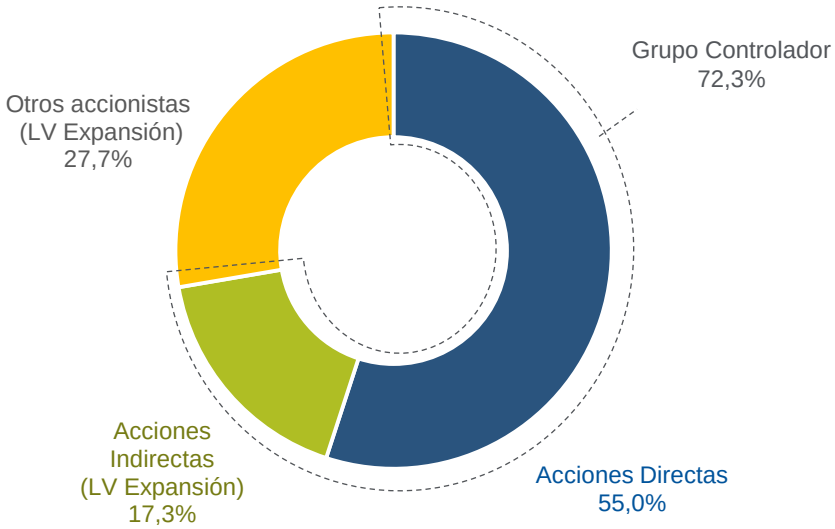
2015: Empieza a operar el terminal marítimo Quintero que permite la importación directa de GLP

Fuente: La Compañía, información páginas web.

Estructura de propiedad

Lipigas es actualmente controlada por un grupo compuesto por las familias Yaconi, Santa Cruz, Vinagre, Noguera y Ardizzoni.

Estructura de propiedad



Grupo Controlador y fundador

- Grupo compuesto por las familias Yaconi, Santa Cruz, Vinagre, Noguera y Ardizzoni
- Gobernado por un acuerdo de actuación conjunta por el 55% de la propiedad
- Grupo tiene más de 30 años de experiencia en industria de GLP

LV Expansión SpA

- Ingresó a la propiedad de Lipigas en 2012, tras comprar el 45% que Repsol había adquirido el año 2000
- Compuesto mayoritariamente por accionistas chilenos
- El Grupo Controlador y sus relacionadas adquirieron el equivalente a 17,3% del Lipigas a través de LV Expansión
- La sociedad mantiene un pacto de accionista con el Grupo Controlador

Fuente: La Compañía, información páginas web.

Productos y formatos que distribuye Lipigas

Gas Licuado de Petróleo (GLP)

Envasado

- Libertad tarifaria[1]
- Clientes residenciales y comerciales
- Distribución en camiones livianos
- Distribución directa / subdistribución
- Ventas spot

Ventas junio 2015 UDM

Chile	242 mil ton
Colombia	55 mil ton
Perú	72 mil ton

Granel

- Libertad tarifaria[1]
- Clientes industriales, comerciales y residenciales
- Distribución en camiones granel
- Distribución directa y por redes con medidores (160 mil clientes)
- Ventas spot y con contrato

Ventas junio 2015 UDM

Chile	184 mil ton
Colombia	21 mil ton
Perú	60 mil ton

Gas Natural Licuado (GNL)

Gas Natural Licuado (GNL)

- Libertad tarifaria
- 100% clientes industriales
- Distribución en camiones granel
- Distribución directa
- Ventas por contrato

Ventas junio 2015 UDM Chile: **9,2 mm m³** (7.100 tons GLP equival.)

Gas Natural (GN)

Gas Natural (GN)

- Regulación con rentabilidad máxima (9% real sobre activos)
- Clientes comerciales y residenciales
- Distribución mediante redes
- Distribución directa
- Ventas spot

Ventas junio 2015 UDM Chile: **1,3 mm m³** (1.000 tons GLP equival.)

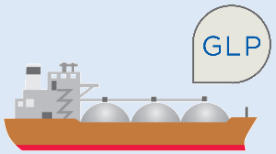
Fuente: La Compañía, información páginas web.
(1) Colombia tiene libertad tarifaria, con la restricción de un precio máximo.

Lipigas está integrado en toda la cadena de valor

Etapas en las que participa Lipigas

GLP

Presente en la cadena de valor desde la construcción del terminal Quintero en 2015



Abastecimiento
Vía marítima o terrestre

USD 60 mm

Almacenaje de GLP
Terminal propio en Quintero

Envasado

Granel

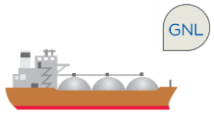
Recepción de pedidos

- Residencial
- Industrial
- Comercial
- Automoción

Distribución a clientes

Chile: 1.200.000 clientes
Perú: 350.000 clientes
Colombia: 200.000 clientes

GNL y GN



Abastecimiento
Vía marítima

-160° C

Almacenaje de GNL y GN
Terminal Quintero y Mejillones

GNL

Despacho
Cisternas Criogénicas

Planta Satelital de Regasificación (PSR)

- Industrial

Distribución a clientes

GN

Red de gaseoductos

Gasificación y transporte

- Residencial
- Industrial
- Comercial

Distribución a clientes

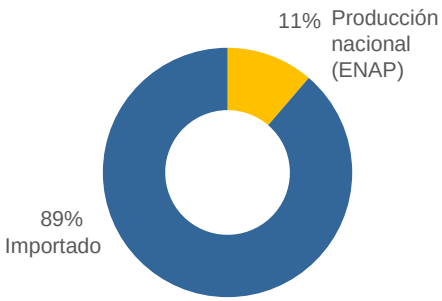
Fuente: La Compañía, información páginas web.

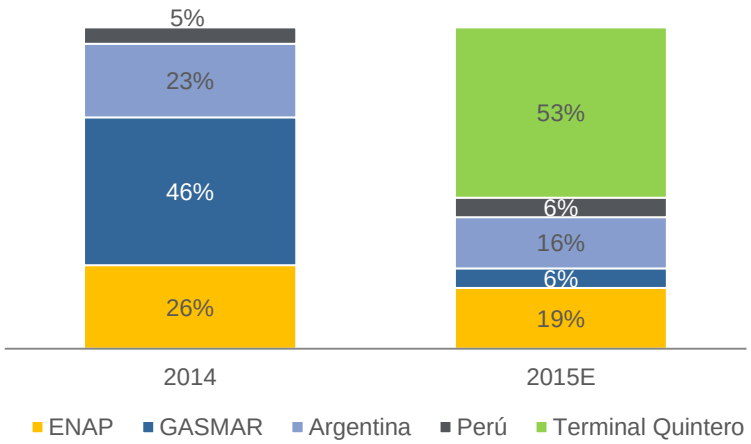
2015: Lipigas comienza a importar GLP directamente

Abastecimiento industria GLP

Abastecimiento Lipigas

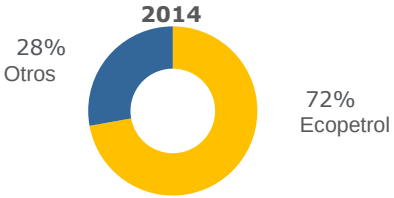
Deficitario





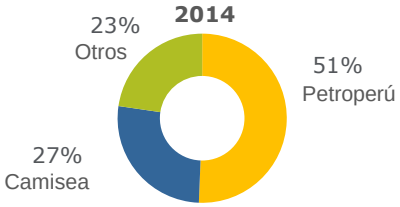
Excedentario

~100%
Producción nacional (Ecopetrol)



Excedentario

~100%
Producción nacional (Camisea, Petroperú, otros)



Fuente: La Compañía, información páginas web.

EMPRESAS **LIPIGAS**

2. Atractivos de la Compañía

Atractivos de la Compañía

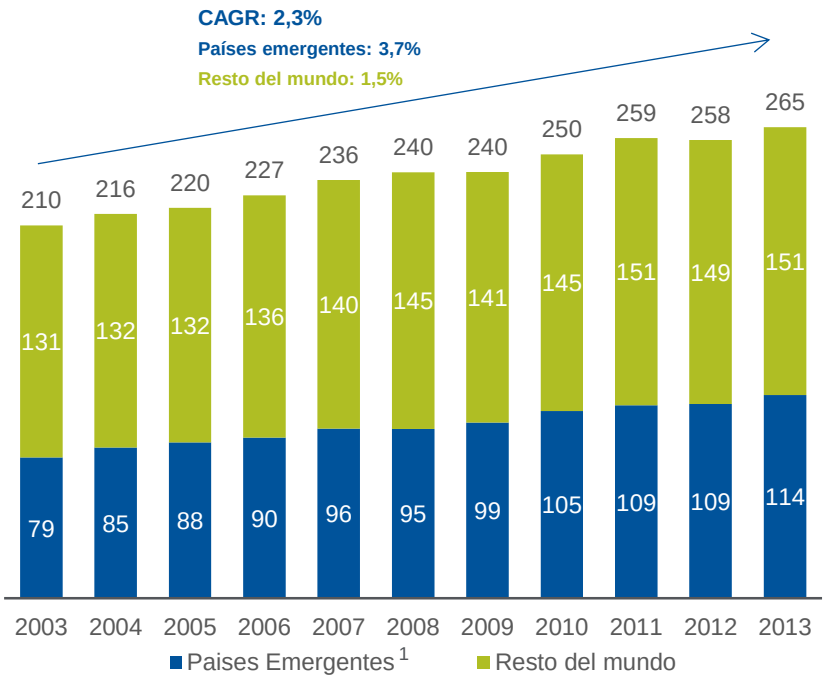
1. Industria de crecimiento constante ✓
2. Fuerte posicionamiento en la Región Andina ✓
3. Solidez financiera y atractivo perfil de dividendos ✓
4. Operador líder en rentabilidad ✓
5. Equipo gerencial de primer nivel ✓
6. Sólido plan de crecimiento ✓

1 Industria consolidada con crecimiento constante

- El consumo de GLP a nivel mundial mantiene una tendencia positiva, particularmente en países emergentes
- El consumo para uso doméstico sigue dominando la demanda de GLP
- La irrupción del shale gas ha aumentado la disponibilidad de GLP en América Latina a menores precios

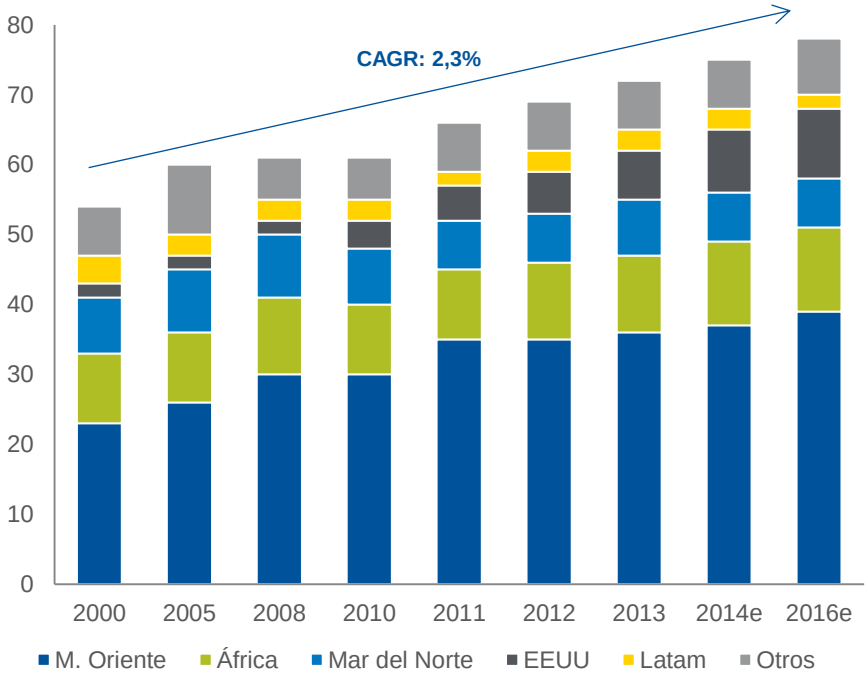
Consumo de GLP a nivel mundial

Millones de toneladas



Mayores exportadores GLP

Millones de toneladas



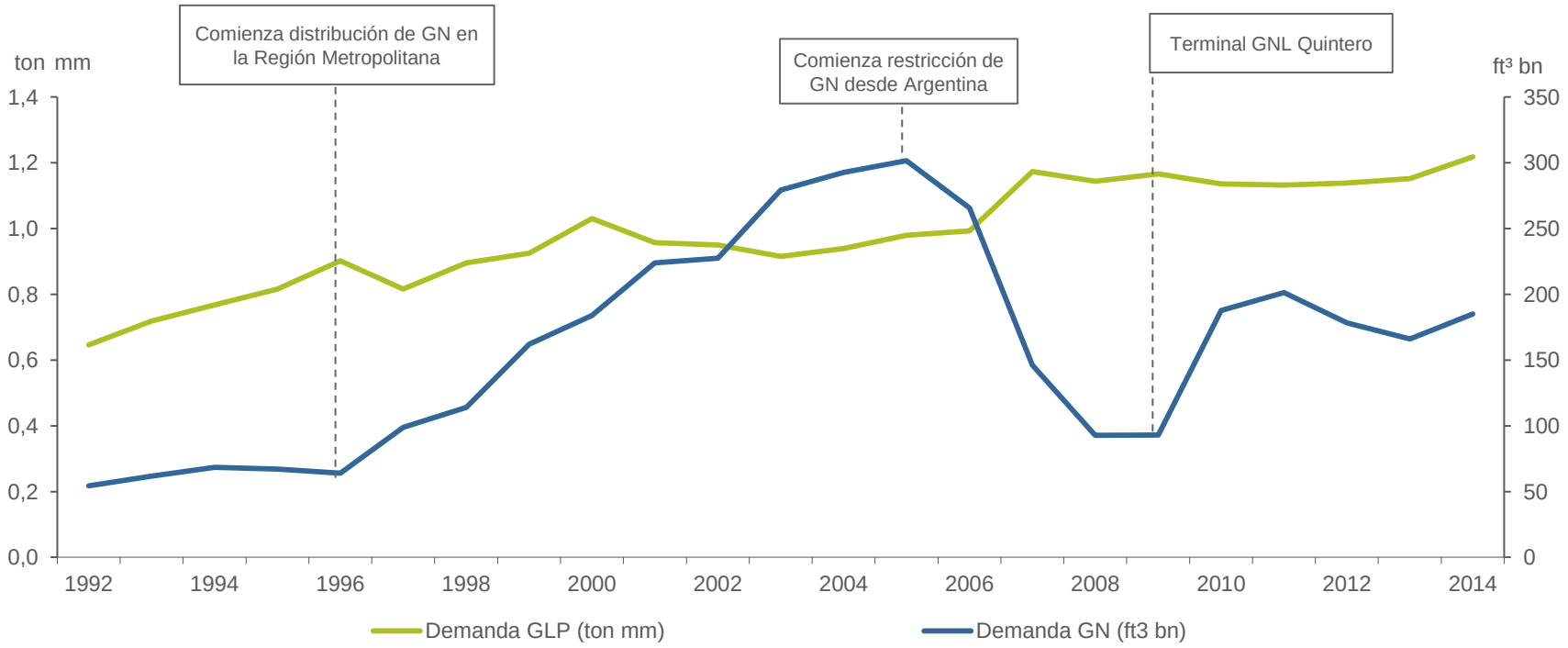
Fuente: La Compañía, información páginas web. World LPG 2012.
(1) Países emergentes incluye Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, China, India, Indonesia, Malasia, Filipinas, Corea del Sur, Taiwán, Tailandia, República Checa, Hungría, Polonia, Turquía, Egipto, Marruecos, Sudáfrica y Rusia.

1 Industria consolidada con crecimiento constante

- El consumo de GLP ha mantenido la tendencia de su crecimiento a pesar del desarrollo del Gas Natural
- La distribución de GN comenzó en 1996 sin causar impacto sobre la industria del GLP
  - En países con bajo consumo de gas por hogar, la distribución de GLP es competitiva en costos

Evolución del GLP y el Gas Natural en Chile

Ton mm, ft³ bn



Fuente: La Compañía, información páginas web.

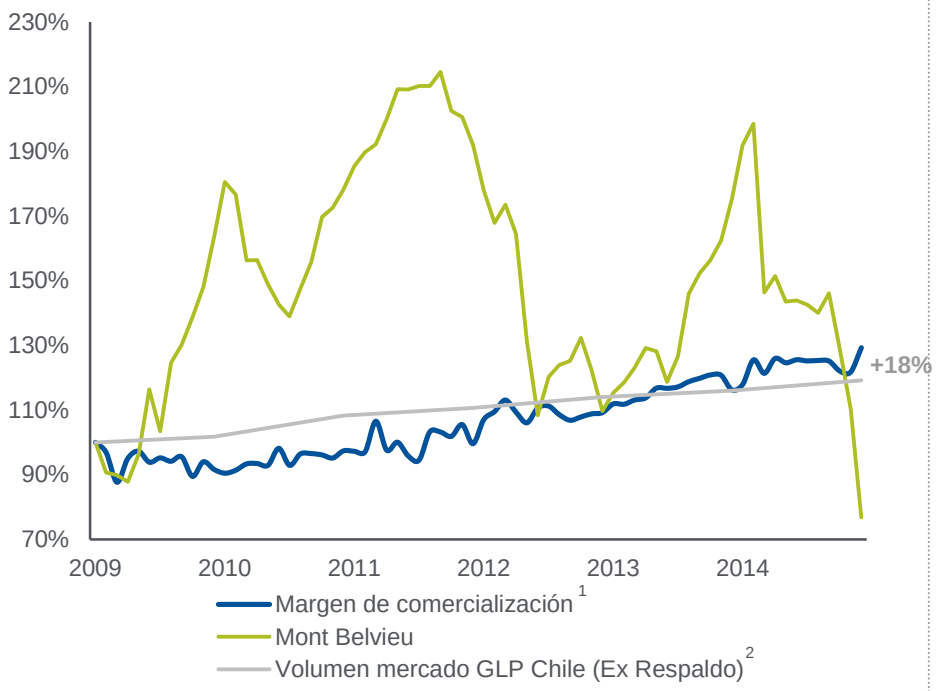
EMPRESAS LIPIGAS

1 Demanda y márgenes estables

- GLP es un bien de consumo básico
  - En Chile cerca de un 70% del consumo es para uso comercial y residencial
  - De esta forma, la demanda de GLP no se ve afectada por las fluctuaciones en el precio
- El margen de comercialización de la industria no se ve afectado por las fluctuaciones en el precio
  - Los distribuidores no están significativamente expuestos a los precios de los commodities o al tipo de cambio, dado que el precio es un pass-through al cliente final

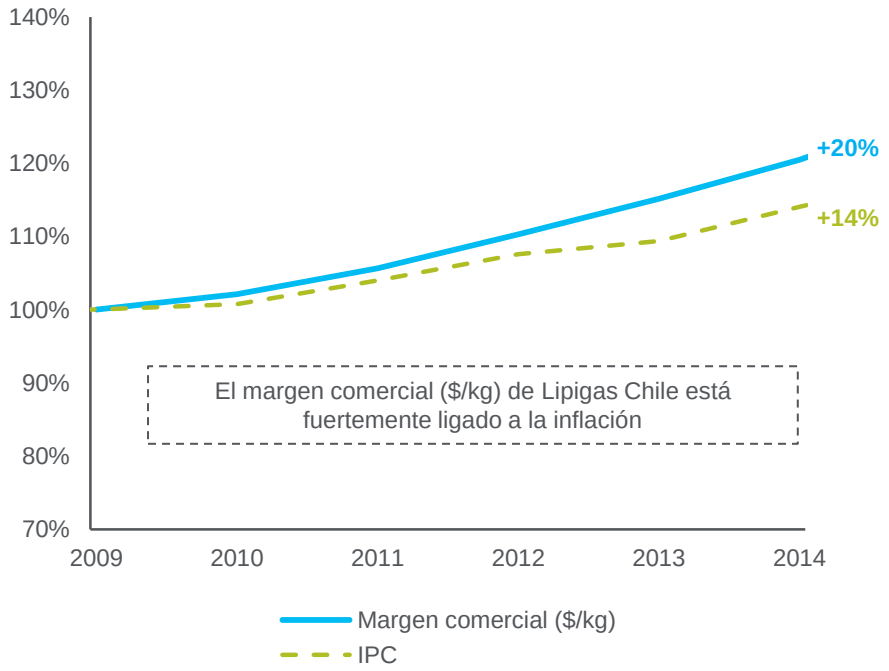
Variación en el margen de comercialización de la industria vs. Variación de precios de commodities en Chile

%, Índice 100 = Enero 2009



Evolución del margen comercial[3] de Lipigas en Chile

%, Índice 100 = 2009

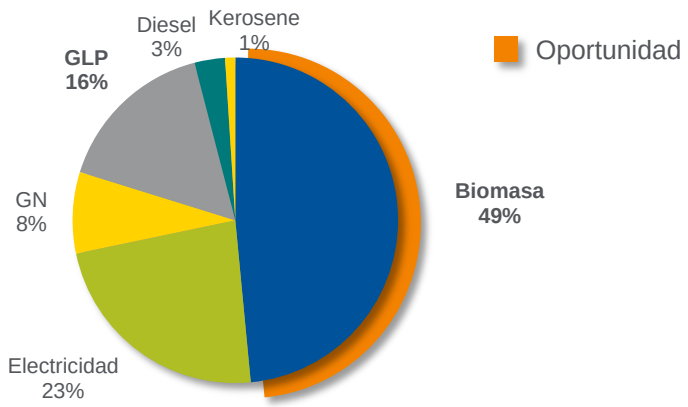


Fuente: CNE y Factset. (1) Calculado en base al precio observado al público Región Metropolitana (cilindro 15 kg) y al margen bruto de comercialización. (2) "Respaldo" corresponde a ventas transitorias de GLP a compañías que utilizaban Gas Natural y se vieron desabastecidas. (3) Margen comercial incluye el beneficio por sobre el precio de referencia del GLP. No incluye ajustes de inventario ni márgenes de importación.

1 Oportunidades de crecimiento

Reemplazo de leña

Matriz energética en Chile, 2012



Biomasa

- ~50% de la energía residencial consumida en Chile proviene de biomasa (leña)
- Una regulación medioambiental más estricta llevaría el consumo de leña a GLP

LPG

- GLP es el mejor sustituto de la leña, dado su bajo impacto medioambiental, mayor poder calorífico y su bajo precio
- Misma tendencia en otros países de América Latina

GLP automoción

- Fuerte penetración de GLP en automoción (25% del consumo total de GLP en Perú)
- Aumento en el uso de GLP en automoción
  - Mercado potencial: 69.000 taxis
  - Lipigas tiene el 30% de participación de mercado
- Oportunidad de desarrollar mercado de GLP para automoción, una vez que la regulación sea aprobada

Otras oportunidades en GLP

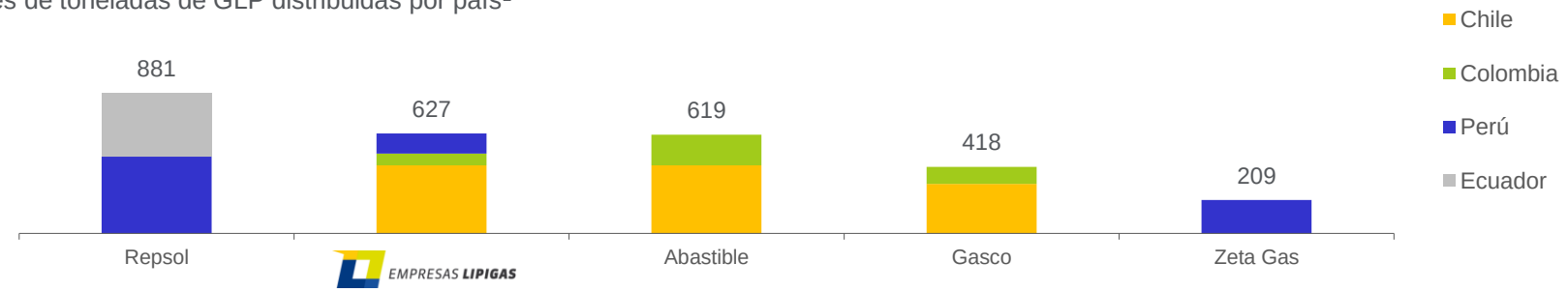
- Incrementar uso de GLP granel en Colombia y Perú
- Reemplazo de otros combustibles (diesel, fuel oil, etc.)

Fuente: La Compañía, información páginas web.

2 Fuerte posicionamiento en la Región Andina

Segundo mayor distribuidor de GLP en la Región Andina

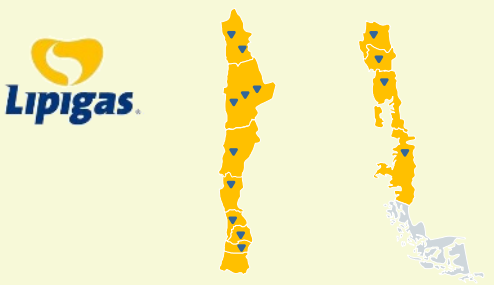
2014, Miles de toneladas de GLP distribuidas por país[1]



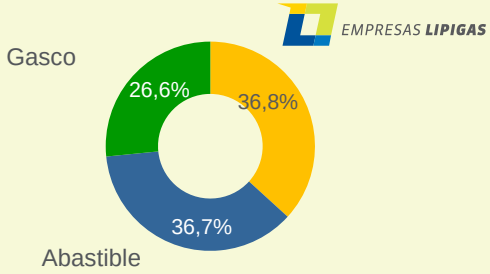
Lipigas es la única compañía distribuidora de GLP con presencia en Chile, Colombia y Perú

Colombia y Perú presentan oportunidades de consolidación

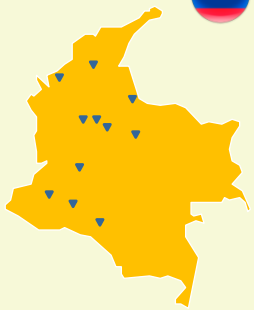
Chile



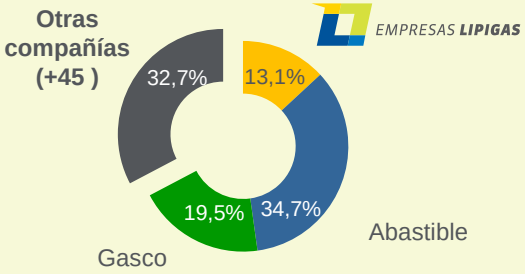
Participación de mercado[1]



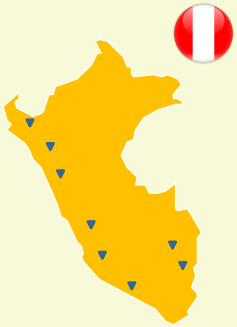
Colombia



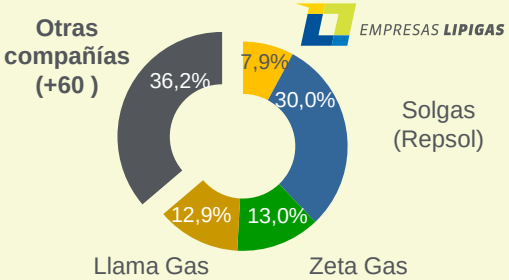
Participación de mercado[1]



Perú



Participación de mercado[1]



Fuente: Adimark, SUI, OSINERMING y estimaciones de Lipigas.
(1) Participación de mercado en base a toneladas vendidas acumuladas a diciembre 2014.

▼ Plantas de almacenamiento y envasado

2 Fuerte posicionamiento de marcas

Lipigas

- #1 Premio Nacional de Satisfacción de Clientes, categoría gas cilindro (ProCalidad)
- #1 Ranking de Reputación Corporativa (Servicios Básicos)
- #4 Lugar en ranking Culturas Creativas Corporativas (UDD y MMC Consultores)
- Mejor marca de GLP en Chile "*Top of mind*" 2014
- #24 en "Great Place to Work" 2014
- Premio Carlos Vial Espantoso 2012 (Clima Laboral)

GREAT PLACE TO WORK® Mejores Empresas para Trabajar 2014 Chile

EFICIENCIA ENERGÉTICA

RANKING REPUTACIÓN CORPORATIVA 2014 SERVICIOS BÁSICOS

GAS PAIS

- Única marca de GLP con alcance nacional en Colombia
- Alto potencial de crecimiento en segmento de GLP granel, dado expertise traído por Lipigas
- Potencial de fortalecimiento de la marca mediante el know-how y mejores prácticas de Lipigas

LIMAGAS

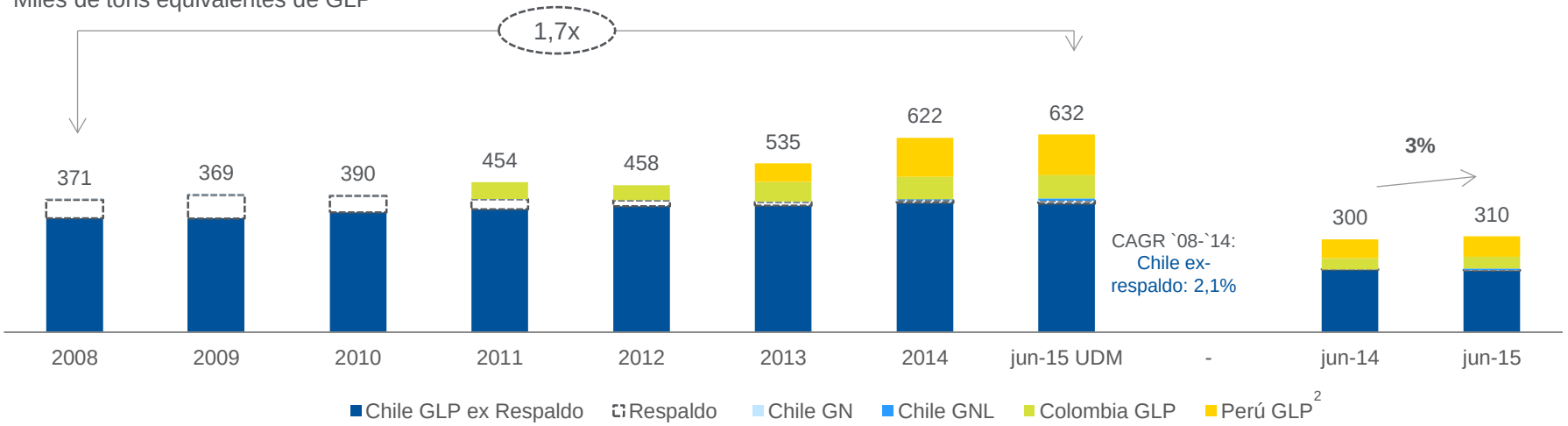
- Tradicional marca en Perú
- Plan de inversiones para reposicionar marca
- Alto potencial de crecimiento en segmento de GLP granel, dado expertise traído por Lipigas
- Potencial de fortalecimiento de la marca mediante el know-how y mejores prácticas de Lipigas

Fuente: La Compañía, información páginas web.

3 Sólido track-record de resultados

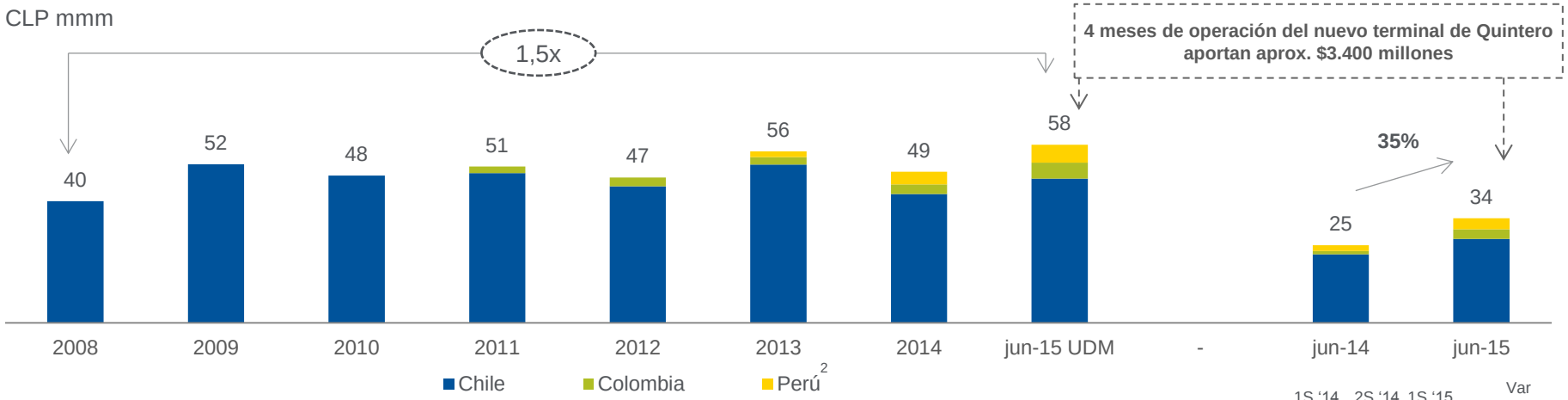
Volumen de ventas[1]

Miles de tons equivalentes de GLP



EBITDA

CLP mmm



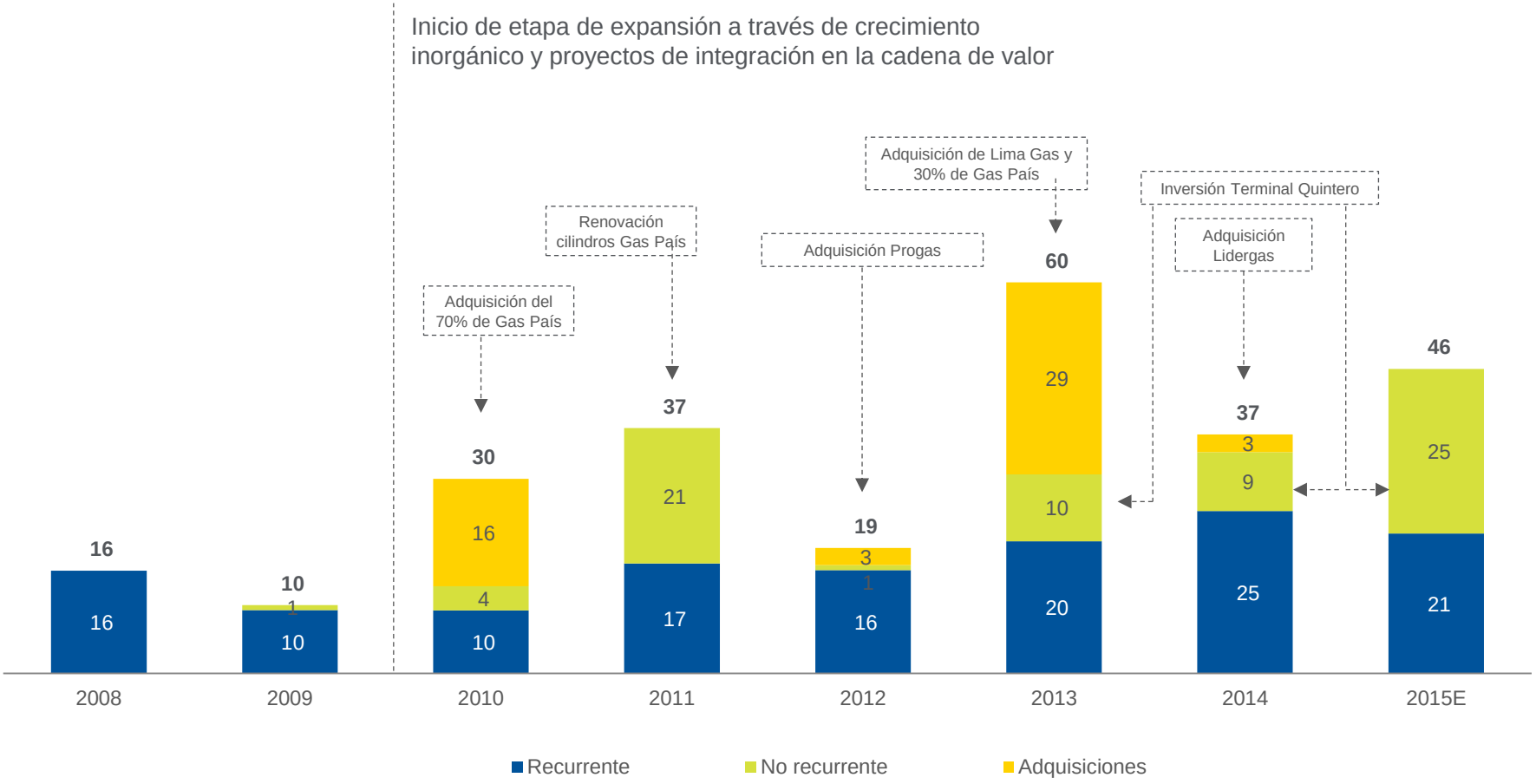
	1S '14	2S '14	1S '15	Var 1S '15 vs 1S '14
EBITDA (Ex. Terminal Quintero)	25	24	31	22%
EBITDA Terminal Quintero	0	0	3	-

Fuente: La Compañía, información páginas web.
(1) Volumen de ventas total no incluye las ventas de respaldo.
(2) Considera valores desde agosto 2013.

3 Plan de inversiones consistente con crecimiento

Capex recurrente, no recurrente y adquisiciones

CLP mmm



Lipigas ha invertido cerca de CLP 50 mmm en promedio los últimos tres años

Fuente: La Compañía, información páginas web.

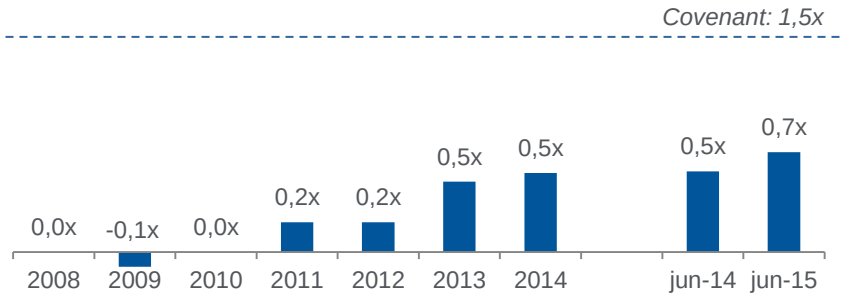
3 Sólida estructura financiera acompaña el crecimiento

Balance
CLP mmm

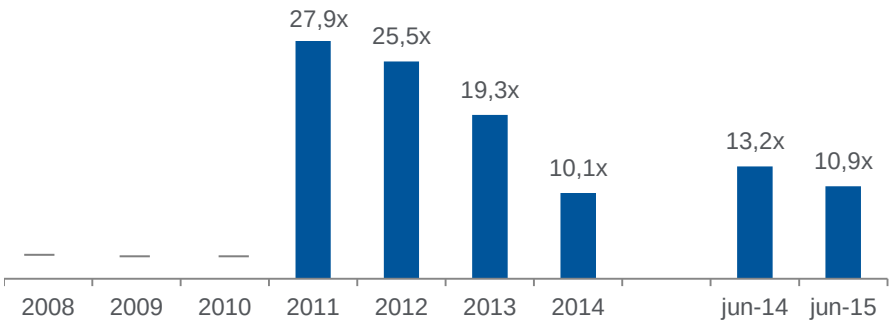
	2012	2013	2014	Jun-15
Activos corrientes	**44,9**	**53,5**	**48,2**	**75,7**
Activos no corrientes	**179,9**	**224,6**	**244,9**	**269,0**
Propiedad, planta y equipos[1]	176,2	201,3	215,8	253,8
Total Activos	**224,9**	**278,1**	**293,1**	**344,8**
Pasivos corrientes	**52,9**	**36,0**	**103,3**	**49,1**
Deuda financiera	24,7	7,7	76,8	7,4
Pasivos no corrientes	**38,9**	**110,0**	**56,8**	**164,0**
Deuda financiera[1]	4,4	65,9	3,2	106,9
Pasivo por garantías	18,5	23,4	25,5	28,3
Patrimonio	**132,9**	**132,5**	**132,9**	**131,7**

UF+3,40%

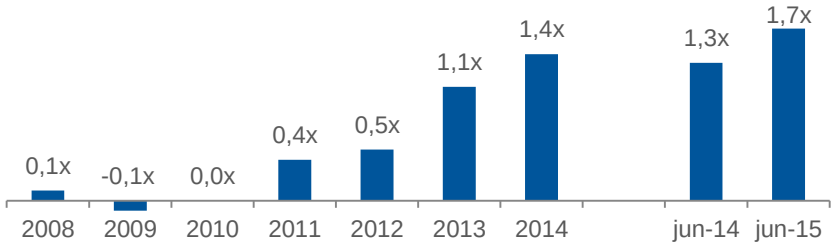
Endeudamiento financiero neto
Deuda financiera neta / Patrimonio (veces)



Cobertura de gastos financieros netos
EBITDA / Gasto financiero neto[2] (veces)



Deuda financiera neta / EBITDA
Veces

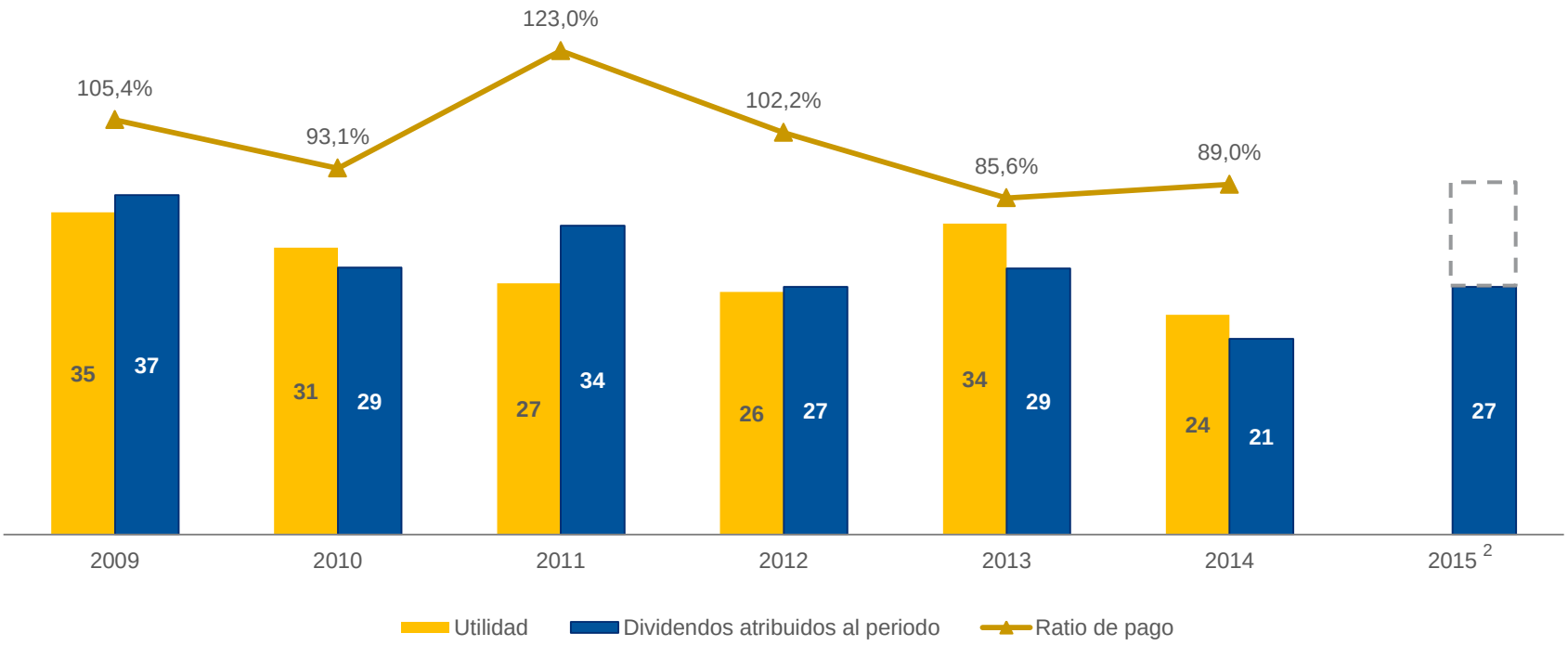


Fuente: La Compañía, información páginas web. (1) En marzo de 2015, el rubro Propiedad, planta y equipo se incrementa en $37.317 mm y la deuda financiera se incrementa en $20.417 mm por contabilización de arrendamiento financiero del terminal. (2) Gasto financiero considera préstamos bancarios, gasto por arrendamiento financiero e intereses del bono, no considera Otros gastos financieros y Actualización de Otros pasivos no corrientes.

3 Atractivo perfil de dividendos

- Compañía presenta EBITDA con tendencia al alza y bajo niveles de Capex recurrente, dada naturaleza del negocio
- Política de dividendos: Se planea repartir entre 70%-100% de la utilidad en años futuros

Dividendos y ratio de pago[1]
CLP mmm, %

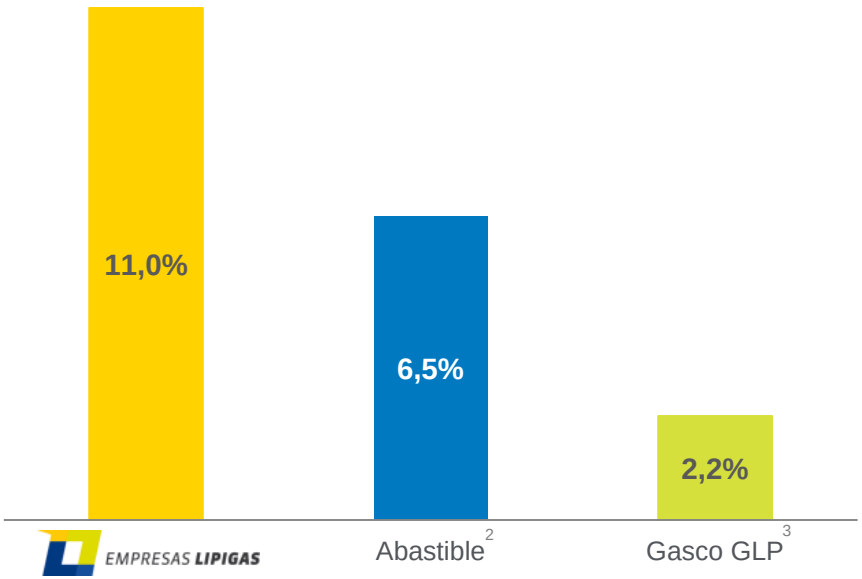


Fuente: La Compañía, información páginas web. (1) Dividendos distribuidos / utilidad neta atribuible a los controladores durante el período. No contempla dividendos repartidos con el objetivo de aumentar el capital de la sociedad. (2) A la fecha se han anunciado dividendos por 27 mil millones de pesos para el año 2015, sin perjuicio de que este monto no es el definitivo.

EMPRESAS LIPIGAS

4 Líder en rentabilidad

ROA[1], promedio 2012 – 2014
%



- Lipigas es el líder en rentabilidad respecto a sus competidores locales en Chile debido a:
  - 60% de venta directa (líder en venta granel con una participación de mercado de 44% en Chile) le permite hacer un pricing más activo
  - Eficiencia operativa y manejo de costos
  - Constante búsqueda de eficiencia en la compra de materia prima
- Disciplinado proceso de evaluación para cada proyecto respecto a su eficiencia y rentabilidad

Fuente: La Compañía, SVS. (1) ROA: Utilidad Total sobre Activos Totales. (2) Abastible excluye utilidades e inversiones en Gasmar. (3) Gasco incluye Gasco GLP (Chile) e Inversiones GLP (Colombia).

5 Equipo gerencial de primer nivel

Ángel Mafucci
Gerente General
30 años en el rubro

Osvaldo Rosa
Gerente de Administración y Finanzas
21 años

José Miguel Bambach
Fiscal
5 años

Morris Pessó
Gerente de Logística y Operaciones
2 años

Luis Felipe Silva
Gerente de Abastecimiento
22 años

Mylene Iribarne
Gerente de Personas
14 años

Mario Fernández
Gerente de Desarrollo y Nuevos Negocios
30 años

Alberto Orlandi
Gerente Comercial
2 años

Esteban Rodríguez
Gerente de Grandes Clientes
20 años

María Josefa Ayarza
Gerente de Procesos Tecnológicos y Administrativos
29 años

Jorge Avilán
Gerente General Chilco Colombia
3 años

Luis Alberto Leey
Gerente General Lima Gas Perú
1 año

Equipo gerencial independiente con más de 15 años promedio de experiencia en la industria

Fuente: La Compañía, información páginas web.

Atractivos de la Compañía

1. Industria de crecimiento constante ✓
2. Fuerte posicionamiento en la Región Andina ✓
3. Solidez financiera y atractivo perfil de dividendos ✓
4. Operador líder en rentabilidad ✓
5. Equipo gerencial de primer nivel ✓
6. Sólido plan de crecimiento ✓

6 Plan estratégico a 5 años

Plan estratégico	
Pilar 1: **Fortalecimiento del negocio base**	**Pilar 2:** **Crecimiento y diversificación**
CLP 100 mmm Capex recurrente	**CLP 250 mmm** Capex de crecimiento

Capex estimado **2016-2020:**

Total inversiones estimadas en 5 años: **CLP 350 mmm**

Fuente: La Compañía, información páginas web.
Nota: El Plan Estratégico 2016-2020 está sujeto a que la Compañía cuente con la liquidez necesaria para poder llevar a cabo las inversiones, así como también a que no hayan circunstancias que hagan que esta decida/deba cambiar de planes.

6 Pilar 1: Fortalecimiento del negocio base

Capex recurrente 2016 – 2020:
CLP 100 mmm

- ✓ Relación con clientes finales
- ✓ Eficiencia en la compra de materia prima
- ✓ Eficiencia en la operación
- ✓ Altos niveles de seguridad en operaciones
- ✓ Oportunidades de negocios

EMPRESAS LIPIGAS

Empresas Lipigas cuenta con un detallado plan estratégico para continuar su probada trayectoria de crecimiento.

Fuente: La Compañía, información páginas web.
Nota: El Plan Estratégico 2016-2020 está sujeto a que la Compañía cuente con la liquidez necesaria para poder llevar a cabo las inversiones, así como también a que no hayan circunstancias que hagan que esta decida/deba cambiar de planes.

6 Pilar 2: Crecimiento y diversificación

	Capex estimado 2016-2020
1) Expansión geográfica en Latinoamérica	~ CLP 150 mmm
2) Proyectos logísticos y ampliación de la cadena de valor	~ CLP 25 mmm
3) Otros proyectos	~ CLP 75 mmm
Total inversiones estimadas próximos 5 años	CLP 250 mmm

Fuente: La Compañía, información páginas web.
Nota: El Plan Estratégico 2016-2020 está sujeto a que la Compañía cuente con la liquidez necesaria para poder llevar a cabo las inversiones, así como también a que no hayan circunstancias que hagan que esta decida/deba cambiar de planes.

6 Pilar 2: Crecimiento y diversificación (cont.)

Expansión geográfica en Latinoamérica

Consolidación de mercados actuales

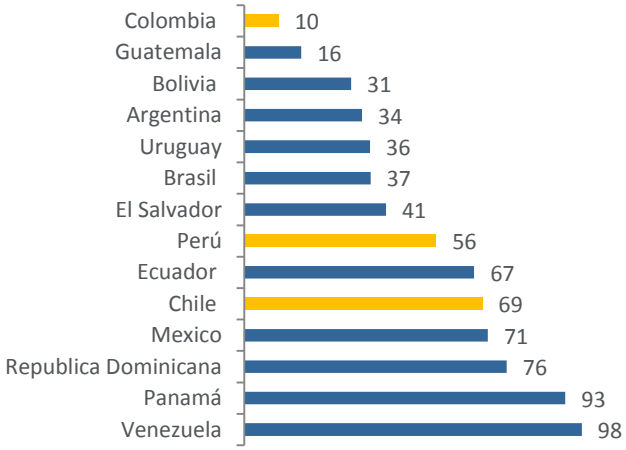
- Constante evaluación de oportunidades en mercados que presentan oportunidades y condiciones atractivas y sinérgicas
- Mercados fragmentados con oportunidades de consolidación:
  - Colombia: +45 empresas concentran el 33% de mercado
  - Perú: +60 empresas concentran el 36% de mercado
- Exitosa trayectoria de adquisiciones:
  - Colombia: Lider Gas, Gas País, Pro Gas
  - Perú: Lima Gas

Expansión a nuevos mercados atractivos

- Objetivo de incorporar nuevas empresas de gas en otros países Latinoamericanos
  - Existen oportunidades en mercados poco consolidados
  - Rentabilidades en Latinoamérica acorde a objetivos de Lipigas

Consumo GLP per cápita en Latam

Kg por habitante por año



Fuente: La Compañía, información páginas web.
Nota: El Plan Estratégico 2016-2020 está sujeto a que la Compañía cuente con la liquidez necesaria para poder llevar a cabo las inversiones, así como también a que no hayan circunstancias que hagan que esta decida/deba cambiar de planes.

6 Pilar 2: Crecimiento y diversificación (cont.)

Proyectos logísticos y ampliación de la cadena de valor

Terminal Marítimo de GLP

- En análisis alternativas para duplicar capacidad de almacenar GLP en Terminal Quintero, desde 25 mil a 50 mil toneladas
- Mayor capacidad permite traer barcos de 40 mil toneladas, bajando costo de flete (a partir de año 2017, tras ampliación del Canal de Panamá)
- Aumento de capacidad no implica mayores importaciones en volumen anual, sino menor frecuencia de recepción

Mejoramiento de Planta en Perú

- Inversión en planta de embotellado y distribución en Perú, incluyendo aspectos logísticos y de seguridad

Otros proyectos

GNL Industrial

- Nuevos clientes industriales, reemplazando diésel (12 contratos actualmente)
- Ampliar rango de cobertura hacia el norte del país, desde Terminal de Mejillones
- Proveer GNL a generadores eléctricas

GN por Redes

- Ampliación de redes GN existentes en Chile
- Nuevas redes de GN en ciudades de tamaño mediano en Chile

GLP Automoción

- Oportunidades de expansión en mercado de automoción en Chile, Perú y Colombia

Otras Oportunidades

- Pequeña generación con GNL
- GNC para para automoción
- Otros

Fuente: La Compañía, información páginas web.
Nota: El Plan Estratégico 2016-2020 está sujeto a que la Compañía cuente con la liquidez necesaria para poder llevar a cabo las inversiones, así como también a que no hayan circunstancias que hagan que esta decida/deba cambiar de planes.