



Experiencia en Nutrición Animal



Lourdes, Colón, 24 de septiembre 2015.

Señores
BOLSA DE VALORES DE EL SALVADOR
Presente.

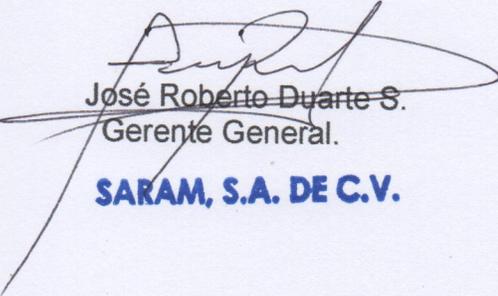
Estimados señores:

Por este medio hacemos de su conocimiento que **SARAM, S.A. DE C.V.**, que cotiza en la Bolsa de Valores de El Salvador, ha sido mencionada en la publicación de la revista Estrategia y Negocios, dentro del ranking de las 100 Empresas que más facturan en América Central y el Caribe, ocupando la posición número 13 del sector Industria, de lo cual nos sentimos satisfechos, ya que hemos crecido no sólo por la calidad de nuestros productos, sino también por innovar y llenar las expectativas de nuestros clientes, quienes manifiestan estar obteniendo buenos resultados.

Estar dentro del ranking de estas 100 Empresas nos sólo nos satisface, sino también nos motiva para continuar brindando un excelente servicio a nuestros clientes, innovando cada día y velar por la calidad de nuestros productos.

Sin más por el momento quedamos de ustedes.

Atentamente,


José Roberto Duarte S.
Gerente General.

SARAM, S.A. DE C.V.

SARAM, S.A. de C.V.
Km 27 ½ Carretera a Sonsonate, Lourdes Colón, La Libertad. El Salvador
PBX: (503) 23464800 FAX: (503) 23464802

ESTRATEGIA&NEGOCIOS

E&N

Edición Nº 188



DOSSIER PANAMÁ
LA LOCOMOTORA
DE CRECIMIENTO
PRESIONÓ EL FRENO

Nº 188 Agosto - Septiembre 2015 Año XVII

Ranking de Empresas: las que más facturan en Centroamérica - Dossier Panamá - Especial Motores

estrategiaynegocios.net



RANKING

LAS EMPRESAS QUE MÁS FACTURAN EN CENTROAMÉRICA

FOCO POLÍTICO

China se muestra como el "gran socio": ¿le creemos?

MOTORES

El auto del futuro: seguro, *eco-friendly* y conectado

E&N Edición 188
Estados Unidos, Panamá,
Nicaragua y El Salvador **USD6,50**
R. Dominicana **253,68 pesos**
Guatemala **52 quetzales**
Honduras **123,68 lempiras**
Costa Rica **3.400 colones**

ISSN 1659-2832



8 21795 00010 1





**Empresas que más
facturan en CA**

DE LA PORTADA



TOP 100

**Ellas dominan las
ventas en la región**

**TEXTOS NORMA LEZCANO
INVESTIGACIÓN GABRIELA MONTERROSA**

**IMAGENES
SHUTTERSTOCK**

Facturan en conjunto más de **US\$57.000M anuales. Se encuentran entre las principales empleadoras y contribuyentes impositivas.**

Las 100 empresas que más facturan en América Central y el Caribe forman

una estructura empresarial donde las compañías de origen nacional, con vocación regional y multilatina, conviven con multinacionales, dando soporte a más del 20% del PIB regional. Esta octava edición del *Ranking E&N de las 100 que Más Facturan* muestra que Avianca le arrebató el primer lugar a Walmart; América Móvil sigue firme en el top tres; Millicom y Pricesmart continúan ganando mercados en sus respectivas industrias; las centroamericanas Fifco, cbc, Purdy y Sigma Q no detienen sus ciclos de crecimiento gracias a la internacionalización, y firmas mexicanas y colombianas consolidan a paso firme su expansión en Centroamérica. Ellas son las que más venden, marcan tendencias y reflejan cómo evoluciona la economía.

**LAS 100
QUE MÁS FACTURAN
CRECIERON**

2,35% PROMEDIO

US\$ 57.093,34 M

Son las ventas totales del top 100



del PIB de CA y RD representan esas ventas

**US\$18.774 M
FACTURA EL TOP FIVE
ES EL 33% DEL TOTAL**

**US\$19.597,3 M
FACTURA EL SECTOR
TELECOMUNICACIONES**



Empleos que ofrece la Nº1

18.000

personas trabajan en Avianca

**US\$1.313,5M
MÁS QUE
EN 2013 FACTURARON
LAS TOP 100**





Empresas que más facturan en CA

Octava Edición RK E&N 100

Los tiempos de bonanza llegaron a su fin. Lo anticipamos hace un año cuando advertimos que la locomotora empresarial de la región venía bajando su velocidad de crecimiento. En esta octava edición del Ranking E&N de las 100 Empresas que Más Facturan, la prospectiva no solo se cumplió sino que se profundizó.

Cobijadas por una región que en el 2014 creció un 4% promedio, las compañías líderes que operan en América Central y el Caribe crecieron por debajo de la *performance* general de la economía, y esto se dio por primera vez considerando los últimos tres ejercicios fiscales. En efecto, según se desprende del ranking, **registraron un magro crecimiento del 2,35%**, cuando en 2013 habían crecido a una tasa promedio del 9,4% y en el 2012, del 23%.

Como informamos cada año, esta edición del ranking enlista a grandes compañías (de origen nacional, regional y multinacional) por sus ingresos totales facturados en la región, en algunos casos, y el valor FOB de sus exportaciones a mercados extrarregionales, en otros. Se tomaron en cuenta las ventas obtenidas en el ejercicio fiscal 2014 y su comparativo con el anterior, estableciéndose como volumen de corte las facturaciones de hasta US\$22 millones. La investigación se realizó durante agosto de 2015.

RESULTADOS

El volumen total facturado por las **100 líderes alcanzó los US\$57.093,34 millones**, lo cual implica un 20,7% del PIB regional (US\$ 275.708,60 millones, para América Cen-

POR PRIMERA VEZ EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS, LAS 100 LÍDERES CRECIERON EN PROMEDIO MENOS QUE LA PERFORMANCE GENERAL DE LA ECONOMÍA

tral + República Dominicana). Un dato importante: **en el top five se concentra nada menos que el 33% de todas esas ventas.**

¿Cuáles fueron los principales datos que arrojó la investigación? Sin duda, el emergente más relevante es la pronunciada desaceleración del ritmo de crecimiento de las empresas. Sobre 100 compañías, 30 registraron caídas de sus ventas, 37 firmas vieron mover apenas el amperímetro de su facturación con aumentos de un dígito, y solo 33 lograron mantener un ritmo por encima del 10%. Estos datos adquieren mayor significancia si se los compara con los del 2012, por ejemplo, cuando el 89% de las empresas tuvo un vigoroso crecimiento y solo un 11% mostró caídas. Aquellos tiempos con vientos a favor, parecen haber quedado atrás.

A pesar de la caída de los precios internacionales, el **sector agroindustrial fue el que mejor desempeño tuvo**, con un incremento promedio del 12%, le siguió **telecomunicaciones (9,4%), industria (8,5%) y comercio**, con apenas un 5%.

En una primera lectura, estos datos nos están indicando al menos tres diagnósticos:

1) Centroamérica se puede incorporar (y de hecho lo está haciendo) al club de los mercados latinoamericanos productores de materias primas, con y sin valor agregado. Nicaragua es el principal protagonista en este rubro.

2) Hay mercados que comenzaron a consolidarse y en los cuales las empresas empezarán a encontrar techos de crecimiento, a no ser que jueguen sus estrategias por el lado de la creación de valor

Empresa y origen	
1	Avianca - Taca (ES, Col y EC)
2	Walmart de México y Centroamérica (EE.UU.)
3	América Móvil (México)
4	Refinadora Costarricense de Petróleo (Costa Rica)
5	Copa Holdings (Panamá)
6	Autoridad del Canal de Panamá (Panamá)
7	Grupo ICE (Costa Rica)
8	Millicom Internacional Cellular (Luxemburgo)
9	PriceSmart (EE.UU.)
10	Hanesbrands (EE.UU.)
11	Cemex (México)
12	AES (EE.UU.)
13	Petróleos Delta (Panamá)
14	The Central America Bottling Corp. - cbc (GT)
15	EPM (Colombia)
16	Florida Ice & Farm Co. (Costa Rica)
17	Empresa Nacional de Energía Eléctrica (Honduras)
18	Montana Exploradora de Guatemala (Canadá)
19	Empresa de Distribución Eléctrica Metro-Oeste (PN)
20	Rey Holdings, S.A. (Panamá)
21	Grupo Elektra (México)
22	Cable & Wireless (Panamá)
23	Compañía Nacional Fuerza y Luz (Costa Rica)
24	Purdy Motor, S.A. (Costa Rica)
25	Telefónica (España)
26	Fomento Económico México (Femsa) (México)
27	Cementera Argos (Colombia)
28	Cementos Progreso, S.A. (Guatemala)
29	Unilever (Inglaterra-Holanda)
30	Grupo Melo (Panamá)
31	Cofiño Stahl (Guatemala)
32	Sigma Alimentos (México)
33	Grupo Karim's (Honduras)
34	Gruma Centroamérica (México)
35	Grupo Nutresa (Colombia)
36	Cable Onda (Panamá)
37	Cochez y Compañía (Panamá)
38	Holcim (Suiza)
39	Sigma Q (El Salvador)
40	Enel Fortuna (Panamá)
41	Desarrollo Minero de Nicaragua * (Nicaragua)
42	Ferreycorp (Perú)
43	Corporación Agrícola - Agricorp (Nicaragua)
44	Productos Alimenticios Pascual (Panamá)
45	Aeropuerto Internacional de Tocumen (Panamá)
46	Alba Alimentos de Nicaragua (Albanisa) * (NIC)
47	Empresas Toledano, S.A. (Panamá)
48	Industrial Comercial San Martín * (Nicaragua)
49	Bahía Las Minas Corp. (Panamá)
50	Grupo Calvo Centroamérica y Caribe (España)
51	La Nación (Costa Rica)
52	Nuevo Carnic * (Nicaragua)
53	Empresas Tagarópulos (Panamá)
54	Unión Nacional de Empresas (Panamá)
55	Grupo Britt (Costa Rica)
56	Nicaragua Sugar Estates Limited * (Nicaragua)
57	Franquicias Panameñas (Panamá)
58	Sociedad Urbanizadora del Caribe (Panamá)
59	Hondutel (Honduras)
60	Matadero Central (Macesa) * (Nicaragua)
61	Cisa-Exportadora * (Nicaragua)
62	Manpower S.A de C.V (Estados Unidos)
63	Monte Rosa * (Nicaragua)
64	Promoción Médica y Subsidiarias (Panamá)
65	Plastiglas (Panamá) Empresa General de Capital
66	Exportadora Atlantic * (Nicaragua)
67	Grupo Fogel (Guatemala)
68	Comercializadora de Mani (Comasa) * (Nicaragua)
69	Hemco-Nicaragua * (Nicaragua)
70	Novaterra * (Nicaragua)
71	Enatrel (Nicaragua)
72	Newland International Properties (Panamá)
73	Triton Minera * (Nicaragua)
74	Sociedad Alimentos de Primera- Bonlac (Panamá)
75	Prolacsa * (Nicaragua)
76	Metrocentro (El Salvador)
77	Grupo Los Tres (Guatemala)
78	Eskimo (México)
79	Ideal Living Corp. (Panamá)
80	Empresa Nicaragüense de Electricidad (Nicaragua)
81	MHC Holdings (Panamá)
82	Panama Power Holdings Inc. (Panamá)
83	Grupo Lala (México)
84	Compañía Azucarera La Estrella (Panamá)
85	Empresa Portuaria Nacional - EPN (Nicaragua)
86	Centrolac, S.A. * (Nicaragua)
87	Saram (El Salvador)
88	Grupo Industrial Canal, S.A. (Panamá)
89	Nica Beef Packers S.A. * (Nicaragua)
90	Aceitera El Real * (Nicaragua)
91	Servicios y Contrataciones, S.A.* (Nicaragua)
92	Hidrotenencias S.A. (Panamá)
93	Desarrollo Inmobiliario del Este, S.A. (Panamá)
94	Compañía Licorera De Nicaragua, S.A. (Nicaragua)
95	Nilac S.A. * (Nicaragua)
96	Central American Fisheries (CAF) * (Nicaragua)
97	Cukra Industrial S.A.* (Nicaragua)
98	Ganadería Integral Nicaragua, S.A. * (Nicaragua)
99	Puma Energy Bahamas S.A. * (Nicaragua)
100	Hormigoti, S. A. (Panamá)

Fuente: Bolsas de Valores de cada país, Centro de Trámites de las Exportaciones de Nicaragua y propias empresas

LAS 100 EMPRESAS QUE MÁS FACTURAN EN AMÉRICA CENTRAL Y EL CARIBE

Mercado reportado	Sector	2014	2013	Ingreso total US\$ Mill	Variación %
CA	Industria - Aerocomercial	4.700,00	4.600,00	100,00	2,17%
CA	Comercio	4.231,99	4.417,71	(185,72)	-4,20%
CA	Telecomunicaciones	3.964,00	3.884,00	80,00	2,06%
CR	Hidrocarburos	3.173,31	3.232,36	(59,06)	-1,83%
CA	Industria - Aerocomercial	2.705,07	2.608,33	96,74	3,71%
PA	Industria - Marítima	2.629,15	2.411,29	217,86	9,04%
CR	Telecomunicaciones	2.524,43	2.604,96	(80,53)	-3,09%
GT, ES, HN, CR	Telecomunicaciones	2.460,00	1.884,00	576,00	30,57%
ES, HN, CR y RD	Comercio	2.444,31	2.239,27	205,05	9,16%
ES	Industria - Textil	2.300,00	2.300,00	-	0,00%
CR, GT, ES, NI, PA, PR, y Caribe	Industria - Cemento	2.195,00	2.234,00	(39,00)	-1,75%
ES, PA y RD	Energía	1.897,00	1.942,00	(45,00)	-2,32%
PA	Hidrocarburos	1.607,32	1.532,89	74,43	4,86%
CA, Caribe, Mex y Ecuador	Industria - Bebidas	1.469,00	1.331,00	138,00	10,37%
GT, ES, PA	Energía	1.251,86	1.794,09	(542,23)	-30,22%
GT, CR y ES	Ind. Bebidas- Alimentos / Bienes Raíces	1.131,50	1.099,90	31,60	2,87%
HN	Energía	976,74	978,80	(2,06)	-0,21%
GT y RD	Minería	942,00	878,00	64,00	7,29%
PA	Energía	852,76	776,53	76,23	9,82%
PA	Comercio	687,49	678,34	9,15	1,35%
HN-ES-GT-PA- Perú	Comercio	665,46	705,70	(40,24)	-5,70%
PA	Telecomunicaciones	636,00	591,00	45,00	7,61%
CR	Energía	610,98	665,57	(54,60)	-8,20%
CR, Mx y EE.UU	Comercio	608,06	555,02	53,04	9,56%
CA	Telecomunicaciones	601,80	520,70	81,10	15,58%
GT, NI, CR, PA	Industria - Bebidas	585,78	639,41	(53,63)	-8,39%
CA y Caribe	Industria - Cemento	543,00	448,00	95,00	21,21%
GT	Industria - Cemento	537,00	512,00	25,00	4,88%
CA	Productos de Consumo Masivo	500,00	473,10	26,90	5,69%
PA	Agroindustria	424,84	399,83	25,01	6,25%
GT y ES	Comercio	314,19	277,62	36,57	13,17%
CA-RD-Perú-Ecu	Industria - Alimentos	301,50	299,21	2,29	0,77%
HN, GT, ES, RD	Bienes Raíces / Manufactura	265,73	254,06	11,67	4,59%
CA	Industria - Alimentos	261,57	264,52	(2,95)	-1,12%
CA y RD	Industria - Alimentos	253,60	247,88	5,72	2,31%
PA	Telecomunicaciones	252,20	211,55	40,65	19,21%
PA	Comercio	220,28	203,37	16,91	8,32%
CR	Industria - Cemento	217,62	220,57	(2,94)	-1,34%
CA, Caribe, Mex, EE.UU y otros	Industria - Empaques	208,00	193,00	15,00	7,77%
PA	Energía	206,15	199,86	6,29	3,15%
INTERNACIONAL	Minería	199,29	208,00	(8,71)	-4,19%
GT-Belice-ES-NI	Industria - Equipos de Construcción	173,11	155,06	18,05	11,64%
CA	Agroindustria	171,46	164,05	7,40	4,51%
PA	Industria - Alimentos	163,62	149,08	14,54	9,75%
PA	Servicios	156,05	133,95	22,10	16,50%
INTERNACIONAL	Agroindustria	154,15	99,26	54,89	55,30%
PA	Agroindustria	148,71	137,55	11,17	8,12%
INTERNACIONAL	Agroindustria	147,07	120,58	26,49	21,97%
PA	Energía	128,22	136,27	(8,05)	-5,91%
CA y el Caribe	Industria - Alimentos	125,00	147,00	(22,00)	-14,97%
CR	Medios de Comunicación	124,73	136,62	(11,89)	-8,70%
INTERNACIONAL	Agroindustria	124,15	112,16	11,99	10,69%
PA	Comercio	119,94	110,32	9,62	8,72%
PA	Bienes Raíces / Servicios	119,58	123,88	(4,30)	-3,47%
CR, CHI, PE, MX, EE.UU, RD, Curacao, Antigua & Barbuda, Nueva Caledonia	Agroindustria	117,53	115,29	2,24	1,94%
INTERNACIONAL	Agroindustria	107,01	96,60	10,41	10,78%
PA	Comercio	101,88	91,55	10,34	11,29%
PA	Bienes Raíces	100,20	104,03	(3,83)	-3,68%
HN	Telecomunicaciones	97,84	102,43	(4,59)	-4,48%
INTERNACIONAL	Agroindustria	96,80	82,69	14,10	17,05%
INTERNACIONAL	Agroindustria	95,11	101,03	(5,92)	-5,86%
CA y RD	Servicios	94,35	96,30	(1,96)	-2,03%
INTERNACIONAL	Minería	91,82	94,97	(3,16)	-3,32%
CA y Caribe	Equipos Médicos	89,17	88,12	1,05	1,19%
CA	Industria - Plásticos	88,80	93,60	(4,80)	-5,13%
INTERNACIONAL	Agroindustria	86,60	78,33	8,27	10,55%
CA y otros mercados	Industria - Equipos de Refrigeración Comercial	85,70	80,00	5,70	7,13%
INTERNACIONAL	Agroindustria	83,69	73,54	10,15	13,80%
INTERNACIONAL	Minería	82,80	90,60	(7,80)	-8,61%
INTERNACIONAL	Agroindustria	81,75	63,02	18,73	29,72%
NI	Energía	74,33	62,89	11,44	18,19%
PA	Bienes Raíces	70,37	102,36	(31,99)	-31,25%
INTERNACIONAL	Minería	63,69	82,77	(19,07)	-23,04%
PA	Industria - Alimentos	60,05	49,10	10,95	22,30%
INTERNACIONAL	Industria - Alimentos	58,67	51,58	7,09	13,74%
ES	Bienes Raíces	56,43	55,81	0,62	1,12%
CA	Comercio	55,80	51,50	4,30	8,35%
NI	Industria - Alimentos	54,50	n.d	n.d	n.d
PA	Bienes Raíces	54,41	99,95	(45,54)	-45,56%
NI	Energía	48,73	57,22	(8,49)	-14,84%
PA	Bienes Raíces / Telecomunicaciones	45,02	41,99	3,03	7,22%
PA	Energía	40,89	23,60	17,28	73,23%
GT	Industria - Alimentos	40,80	n.d	n.d	n.d
PA	Agroindustria	40,11	32,74	7,37	22,52%
NI	Industria - Marítima	35,90	30,38	5,51	18,14%
INTERNACIONAL	Industria - Alimentos	34,06	25,50	8,56	33,57%
ES	Industria - Alimentos	28,50	24,60	3,90	15,85%
PA	Construcción	28,17	25,38	2,79	10,97%
INTERNACIONAL	Agroindustria	27,39	19,21	8,18	42,61%
INTERNACIONAL	Industria - Alimentos	26,18	45,55	(19,37)	-42,53%
INTERNACIONAL	Agroindustria	25,33	21,65	3,68	16,99%
PA	Energía	24,83	23,58	1,26	5,32%
PA	Bienes Raíces	24,71	20,75	3,96	19,07%
INTERNACIONAL	Agroindustria	24,15	20,67	3,48	16,83%
INTERNACIONAL	Agroindustria	23,37	24,27	(0,90)	-3,69%
INTERNACIONAL	Industria - Alimentos	23,36	18,31	5,05	27,59%
INTERNACIONAL	Agroindustria	23,17	21,24	1,93	9,07%
INTERNACIONAL	Industria - Alimentos	22,89	12,60	10,29	81,72%
INTERNACIONAL	Hidrocarburos	22,49	21,61	0,89	4,10%
PA	Industria - Concreto	22,24	17,75	4,49	25,29%

Valores en US\$, convertidos de moneda nacional al dólar en base al tipo de cambio promedio anual de cada país

Referencias de países-regiones: CA (Centroamérica), Col (Colombia), CR (Costa Rica), EE.UU. (Estados Unidos), ES (El Salvador), GT (Guatemala), HN (Honduras), MX (México), NI (Nicaragua), PA (Panamá), RD (República Dominicana), Jam (Jamaica), EC (Ecuador), Perú (PE), Chi (Chile), PR (Puerto Rico), Vzla (Venezuela)



Empresas que más facturan en CA

Octava Edición RK E&N 100

a precios competitivos, que creen nuevos mercados o ganen mercados extrarregionales. Telecomunicaciones es un buen ejemplo de ello.

3) Las economías domésticas están viendo un fuerte ajuste de consumo, como consecuencia de una pluralidad de factores macroeconómicos (inflación, crisis fiscales,) y políticos (crisis institucionales, corrupción, inseguridad). Los sectores de comercio y servicios son los que se están viendo más perjudicados por ese difícil entorno. Este punto es crítico a la hora de proyectar hacia adelante la evolución de los ingresos de las empresas que dependen de mercados internos. ¿Por qué?

Claramente se advierte que la región está perdiendo márgenes de productividad y competitividad por el lado de la oferta. A su vez, los ingresos salariales congelados empiezan a perder la carrera respecto de la inflación, en algunos países, y en aquellos donde los precios están controlados, los bajos salarios son la variable de ajuste de las empresas para conservar márgenes de rentabilidad. Con este estado de cosas, el aumento de las remesas no llega a ser oxígeno suficiente para dinamizar consumo. Dicho de otro modo: si estas debilidades estructurales de la región se profundizan, se neutralizarán los beneficios que la recuperación de los Estados Unidos derrama sobre la economía del Istmo.

QUIÉN ES QUIÉN

Esta octava edición del ranking muestra un hecho novedoso en el podio de las tres primeras: **Avianca** arrebató a **Walmart** el primer lugar, con una facturación de US\$4.700 millones (2,2% más que el año anterior), mientras que el gigante del *retail* pasó al segundo lugar, asimilando el impacto de una caída de poco más del 4% en sus ingresos, para un total de US\$4.239 millones. En tanto, al imperio de Carlos Slim,

CON VENTAS POR US\$4.700 MILLONES, AVIANCA LE ARREBATÓ EL PRIMER LUGAR DEL RANKING A WALMART, MIENTRAS AMÉRICA MÓVIL SIGUE FIRME EN EL TERCER LUGAR DEL PODIO

América Móvil, no lo mueven de su afianzado tercer lugar en la región, con ventas por US\$3.964 millones.

Tres aspectos para analizar del desempeño de estas empresas:

1) La fusión **Avianca-Taca** definitivamente produjo su efecto en el segmento aerocomercial. La compañía que conduce Germán Efromovich consiguió el liderazgo al consolidar un portafolio de rutas que hoy llega a toda América. Más que duplica la facturación de su rival regional (Copa) y eso le da fuerzas para seguir impactando al mercado. Sin embargo (y esto lo anticipamos en esta edición porque lo habremos de ver plasmado el año próximo): el sector aerocomercial regional lejos está de asegurar a sus líderes una posición cómoda. ¿A qué nos referimos? Copa, con una facturación de US\$2.705 millones, crece a una tasa que duplica la de Avianca (4% vs. 2%). Vale decir que sus turbinas siguen reaccionando poderosamente, a pesar de la competencia. Por otro lado, este 2015 estalló en Centroamérica el *boom* de las ofertas de servicios

de compañías aéreas de bajo costo (*low cost*). Esto significa el inicio de una guerra de tarifas que podría cambiar nuevamente el mapa de las empresas del segmento. En ese sentido, hay que empezar a observar los movimientos de una “tercera en discordia”, la mexicana Volaris (facturación de US\$954 millones en 2014), que este año empezó a desplegar su oferta en Centroamérica. (Ndr: en próxima edición se integrarán sus resultados a nuestro ranking).

2) Por el lado del *retail*, los números de **Walmart** son un fiel reflejo de lo que analizábamos en torno a las debilidades de la macroeconomía regional. Sus ingresos totales cayeron poco más del 4%, aun cuando en 2014 inauguró nuevas tiendas en Guatemala, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, con el objetivo de ampliar un 5,4% su piso de ventas. Caídas en el monto promedio de compra y el número de transacciones erosionaron sus resultados.

En esta industria lo que se anticipa, si bien no es una pérdida del liderazgo que por tamaño y poder de compra tiene el “tanque de Bentonville” (como se conoce a Walmart), es una agudización de la competencia a partir de la sofisticación de servicios, alta segmentación del mercado y estrategias de cercanía. Un indicio de ello lo da PriceSmart con su modelo de club de compras, que en los últimos dos años no dejó de crecer (en 2014 lo hizo al 9% y el anterior al 12%). Pero también lo reflejan, en otra escala, las panameñas **Rey Holdings** (US\$687,5 millones de facturación) o **Cochez y Cía.** (US\$220 millones) que no pierden ritmo de crecimiento.

3) En el sector de las telecomunicaciones se dio franco inicio a una muy competitiva carrera por la construcción de mercados a partir de valor agregado (redes 4G LTE, *roaming* sin fronteras, planes de tarifas combinados para varios países, servicios corporativos pymes, etc), y en ese

Las “estrellas” de Centroamérica

SON LÍDERES EN SUS INDUSTRIAS, CRECEN A PARTIR DE INNOVACIÓN EN PRODUCTO Y SERVICIOS, Y TRANSITAN DESDE HACE AÑOS EL CAMINO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Un 54% del total de ventas registradas por el Ranking E&N de las 100 que Más Facturan pertenece a empresas de origen centroamericano. Estamos hablando de un volumen de **ingresos que asciende a los US\$30.684 millones.** (El Top 20 en tabla adjunta)

Lejos están de ser todas las empresas que integran el potente sector privado de la región, dado que la gran mayoría de las compañías centroamericanas no cotizan en bolsa ni hacen públicos sus ingresos, como tampoco se transparentan por vía de información fiscal. No obstante estos limitantes, el portafolio de 77 empresas centroamericanas que participan de esta edición del ranking, se encuentran entre las líderes de sus respectivos sectores por volumen de ventas, porciones de mercado y capacidad para generar tendencias en sus especialidades de negocios.

Las que participan del **sector Industria de Alimentos - Bebidas** son las que mejores resultados han obtenido en 2014 en términos de crecimiento. Destacan la guatemalteca **The Central America Bottling Corporation (cbc)**, con una facturación de US\$1.469 millones y un crecimiento del 10,4%; y la costarricense **Florida Ice & Farm Co. (Fifco)**, con US\$1.132 millones en ventas, 3% más que en el ejercicio anterior. La gran dinámica que tienen estas compañías para expandir mercados, lanzar nuevos productos e innovar en cadenas de comercialización explican sus resultados. Fifco lo detalla en su reporte anual: 2014 fue “el segundo mejor año histórico para la Unidad de Cerveza y Bebidas Alcohólicas Saborizadas, re-gistrando un crecimiento del 3,9%; inició operaciones La Microbrewing Company con su línea de

cervezas artesanales y fue año récord por cantidad de lanzamientos, relanzamientos e innovaciones de productos en un período fiscal”. Por su parte, cbc está a la vanguardia de las firmas chapinas con vocación multinacional (sus productos llegan ya a 20 países). Su última movida estratégica fue la alianza con AmBev para iniciar operaciones en Perú, donde desarrollarán en conjunto, el mercado de cervezas, gaseosas y bebidas no carbonatadas.

En el segmento **Agroindustria**, tres firmas tradicionales pero en constante evolución también marcan la diferencia: **Nicaragua Sugar Estates Limited** (que logró un crecimiento del 11%, alcanzando ventas por US\$ 107 millones), la tica **Café Britt** (US\$118 millones, 2% de suba) y la panameña **Compañía Azucarera La Estrella** (algo más de US\$40 millones de facturación, 23% más que el ejercicio pasado). De los casi US\$2.000 millones del ranking que pertenecen al sector agroindustrial, el 63% proviene de empresas radicadas en Nicaragua; todo un indicador del potencial que tiene el país en este rubro, del cual ya es líder regional indiscutido porque, ha diferencia de sus vecinos, alcanzó desarrollo agrícola y pecuario y en ambos, con cadenas de valor industrial.

Desde el sector de la **Industria**, emerge como una de las firmas estrellas la salvadoreña **Sigma Q** (US\$208 millones y un crecimiento del 8%), especialista en diseño, fabricación y comercialización de soluciones integrales de empaques y exhibidores. Desde la economía más pequeña de la región creó un mega corporativo que incluye 10 fábricas, 11 oficinas de venta y 3 centros de diseño en Estados Unidos, México y el Caribe. Entre sus últimas novedades figura la adquisición del proveedor líder en Estados Unidos de exhibidores y *merchandising* visual de lujo, Chippenhook, y la apertura de oficinas de venta en Escocia y Francia. Sin duda, una salvadoreña de excelencia que sabe competir en el corazón de Centro Europa.

Empresa	(US\$Mill)
Refinadora Costarricense de Petróleo (Costa Rica)	3.173,31
COPA Holdings (Panamá)	2.705,07
Autoridad del Canal de Panamá (Panamá)	2.629,15
Grupo ICE (Costa Rica)	2.524,43
Petróleos Delta (Panamá)	1607,319
The Central America Bottling Corporation - cbc (Guatemala)	1469,00
Florida Ice & Farm Co. (Costa Rica)	1131,5
Rey Holdings, S.A (Panamá)	687,49
Cable & Wireless (Panamá)	636,00
Purdy Motor, S.A (Costa Rica)	608,06
Cementos Progreso, S.A (Guatemala)	537,00
Grupo Melo (Panamá)	424,84
Cofiño Stahl (Guatemala)	324,19
Grupo Karim's (Honduras)	265,73
Cable Onda (Panamá)	252,20
Cochez y Compañía (Panamá)	220,28
Sigma Q (El Salvador)	208,00
Corporación Agrícola - Agricorp (Nicaragua)	171,46
Productos Alimenticios Pascual (Panamá)	163,62
Alba Alimentos de Nicaragua, S.A (Albanisa) (Nicaragua)	154,15





Empresas que más facturan en CA

Octava Edición RK E&N 100

Dentro del sector **Comercio**, nada beneficiado por la evolución de la economía regional, destacan, sin embargo, los excelentes resultados de tres compañías comercializadoras automotrices: la tica **Purdy Motors** (US\$608 millones, y un crecimiento del 10%) y las chapinas **Cofiño Stahl** (US\$ 314,2 millones, 13% más que en el ejercicio anteriores) y **Grupo Los Tres** (US\$56 millones, 8% de incremento). El Plan de Expansión Integral de Purdy es impresionante: a escala nacional incluye la construcción de Torre Toyota (para así ampliar el *showroom* de la marca y aumentar sus ventas en 15%); una nueva sucursal para su unidad de venta de vehículos para trabajo (incluirá zona de ensamblaje de camiones Hino Serie 500); y a escala internacional compró un nuevo *dealer* en Texas (llegando a tres distribuidores en EE.UU. para un total de cinco sucursales fuera de Costa Rica, las otras están en México).

Otro sector interesante (por su muy pareja competencia) es el de **Cemento**. Allí la compañía chapina **Cementos Progreso** (US\$537 millones de facturación) está disputando mercado con una colombiana, **Cementera Argos**, y la tradicional líder mexicana, **Cemex**. Aunque en el negocio talla también la suiza **Holcim**, la mayor tarta de facturación se debate entre las otras tres que prometen dar dura batalla para definir quién manda en el rubro.

Finalmente, para cerrar rescatamos otros dos ejemplos exitosos de estrategias de internacionalización: el hondureño **Grupo Karim's** (presente ya en Guatemala, El Salvador, Nicaragua y República Dominicana), que factura US\$266 millones y crece a un ritmo del 5%, y el chapín **Grupo Fogel**, que se expandió el último año a un ritmo del 7%, gracias a sus mercados mundiales. Cada una en su industria, son todas ellas, centroamericanas de "alta gama" que están dando cátedra de cómo se hace para crecer, a pesar de los ciclos económicos y las crisis políticas ●



EN CONTEXTO

Entre el éxito y el abismo

Al tiempo en que cerrábamos la edición del Ranking de las 100 Empresas que Más Facturan, un lector nos hizo llegar a la redacción esta consulta: "Quisiera saber qué es lo que pasa en Guatemala que su moneda tiene 15 años de estabilidad. Es un país con crecimiento moderado, recibe inversión extranjera, es productivo y sin embargo tiene un alto índice de pobreza". ¿Qué tiene que ver esto con un ranking de las empresas que más facturan?

Probablemente, esta inquietud del lector sea la mejor síntesis del entorno en el que opera el conjunto del tejido empresarial de toda Centroamérica. Y ese contexto, según evolucione, habrá de impactar definitivamente en la facturación del sector privado en los próximos años.

Durante un largo tiempo (décadas, tal vez) tanto el sector privado como la elite política y gubernamental de la región se acostumbraron a ver que la economía marchaba por un carril y la política por otro, sin influirse, sin molestarse, sin definirse mutuamente.

Y ¿qué sucede ahora? ¿Esto cambió? Dejemos de lado las opiniones e interpretaciones subjetivas y vamos directamente a los hechos: desde el 2011 a la fecha, la facturación de las empresas líderes de la región viene cayendo en picada. Hace cuatro años crecía en torno al 20% promedio, hoy araña el 3%. De seguir a este ritmo ¿qué les queda por delante?

Es muy probable que algunas cues-

tiones estructurales de la realidad centroamericana comenzaron a cambiar y, efectivamente, ya empiezan a verse los primeros emergentes. Desde nuestra perspectiva, los siguientes son los factores que presionan hacia un cambio de escenario:

1) La flata de inversión (tanto pública como privada) en formación de capital humano está generando pérdidas de productividad y competitividad en las empresas.

2) La expansión de consumo interno sobre la base de remesas no tiene real sostenibilidad, más aún cuando el poder adquisitivo local, en varios países, se está deteriorando por efecto de la inflación. Y donde no hay inflación, los salarios paupérrimos (que compensan la caída de rentabilidad) no permiten que despegue la demanda doméstica.

3) Las crisis de institucionalidad que atraviesan todos los países (en diverso grado) empiezan a impactar sobre el contexto macroeconómico toda vez que se pone en juego la gestión de las finanzas públicas y, en particular, del gasto del Estado y sus resultados (o ausencias de los mismos), con lo que ello implica en términos de educación, salud, seguridad e infraestructura.

4) La falta de internalización de una cultura que promueva el desarrollo equilibrado de la sociedad, está obstaculizando la búsquedas de consensos básicos e imprescindibles para generar políticas públicas de largo plazo.

5) La persistencia de la creencia que se puede seguir siendo "estable", a pesar de la pobreza y la desigualdad, retrasa la posibilidad de que se construyan mercados con bases sólidas para innovar, competir y crecer sostenidamente. Esto, básicamente, es un atentado para los ingresos de las empresas y es lo que las coloca hoy en la bisagra que divide al horizonte del éxito del que que lleva al abismo.

Norma.Lezcano@estrategiaynegocios.net



Empresas que más facturan en CA

Octava Edición RK E&N 100

LAS 100 LÍDERES POR SECTORES

UNA RADIOGRAFÍA DE QUIÉNES PROTAGONIZAN CADA INDUSTRIA Y SU PESO ESPECÍFICO EN ELLAS

AGROINDUSTRIA			VARIACIÓN	
EMPRESA Y ORIGEN	INGRESO 2014	INGRESO 2013	US\$ MILL	%
Grupo Melo (Panamá)	424,84	399,83	25,01	6%
Corporación Agrícola - Agricorp (Nicaragua)	171,46	164,05	7,40	5%
Alba Alimentos de Nicaragua, S.A (Albanisa) (Nicaragua)	154,15	99,26	54,89	55%
Empresas Toledano, S.A (Panamá)	148,71	137,55	11,17	8%
Industrial Comercial San Martín (Nicaragua)	147,07	120,58	26,49	22%
Nuevo Carnic (Nicaragua)	124,15	112,16	11,99	11%
Grupo Britt (Costa Rica)	117,53	115,29	2,24	2%
Nicaragua Sugar Estates Limited (Nicaragua)	107,01	96,60	10,41	11%
Matadero Central (Macesa) (Nicaragua)	96,80	82,69	14,10	17%
Comercial Internacional Exportadora (Cisa-Exportadora) (Nicaragua)	95,11	101,03	(5,92)	-6%
Exportadora Atlantic (Nicaragua)	86,60	78,33	8,27	11%
Comercializadora de Maní, S.A. (Comasa) (Nicaragua)	83,69	73,54	10,15	14%
Novaterra (Nicaragua)	81,75	63,02	18,73	30%
Compañía Azúcarera La Estrella (Panamá)	40,11	32,74	7,37	23%
Nica Beef Packers (Nicaragua)	27,39	19,21	8,18	43%
Compañía Licorera De Nicaragua, S.A. (Nicaragua)	24,15	20,67	3,48	17%
Nilac (Nicaragua)	23,37	24,27	(0,90)	-4%
Cukra Industrial (Nicaragua)	23,17	21,24	1,93	9%

BIENES Y RAÍCES			VARIACIÓN	
EMPRESA Y ORIGEN	INGRESO 2014	INGRESO 2013	US\$ MILL	%
Grupo Karim's (Honduras)	265,73	254,06	11,67	5%
Sociedad Urbanizadora del Caribe, S.A y Subsidiarias (Panamá)	100,20	104,03	(3,83)	-4%
Newland International Properties (Panamá)	70,37	102,36	(31,99)	-31%
Metrocentro (El Salvador)	56,43	55,81	0,62	1%
Ideal Living Corp (Panamá)	54,41	99,95	(45,54)	-46%
Desarrollo Inmob. del Este (PN)	24,71	20,75	3,96	19%

TELECOMUNICACIONES			VARIACIÓN	
EMPRESA Y ORIGEN	INGRESO 2014	INGRESO 2013	US\$ MILL	%
América Móvil (México)	3.964,00	3.884,00	80,00	2%
ICE (Costa Rica)	2.524,43	2.604,96	(-80,53)	-3%
Millicom (Luxemburgo)	2.460,00	1.884,00	576,00	31%
Cable & Wireless (Panamá)	636,00	591,00	45,00	8%
Telefónica (España)	601,80	520,70	81,10	16%

COMERCIO			VARIACIÓN	
EMPRESA Y ORIGEN	INGRESO 2014	INGRESO 2013	US\$ MILL	%
Walmart de México y Centroamérica (EE.UU.)	4.231,99	4.417,71	(185,72)	-4%
Pricesmart (EE.UU.)	2.444,31	2.239,27	205,05	9%
Rey Holdings, S.A (Panamá)	687,49	678,34	9,15	1%
Grupo Elektra (México)	665,46	705,70	(40,24)	-6%
Purdy Motor, S.A (Costa Rica)	608,06	555,02	53,04	10%
Cofiño Stahl (Guatemala)	314,19	277,62	36,57	13%
Cochez y Compañía (Panamá)	220,28	203,37	16,91	8%
Empresas Tagarópulos (Panamá)	119,94	110,32	9,62	9%
Franquicias Panameñas (Panamá)	101,88	91,55	10,34	11%
Grupo Los Tres (Guatemala)	55,80	51,50	4,30	8%

ENERGÍA			VARIACIÓN	
EMPRESA Y ORIGEN	INGRESO 2014	INGRESO 2013	US\$ MILL	%
AES (EE.UU.)	1.897,00	1.942,00	(45,00)	-2%
EPM (Colombia)	1.251,86	1.794,09	(542,23)	-30%
Empresa Nacional de Energía Eléctrica (Honduras)	976,74	978,80	(2,06)	0%
Empresa de Distribución Eléctrica Metro-Oeste (Panamá)	852,76	776,53	76,23	10%
Compañía Nacional Fuerza y Luz (Costa Rica)	610,98	665,57	(54,60)	-8%
Enel Fortuna (Panamá)	206,15	199,86	6,29	3%
Bahía Las Minas Corp (Panamá)	128,22	136,27	(8,05)	-6%
Empresa Nacional de Transmisión Eléctrica - ENATREL (Nicaragua)	74,33	62,89	11,44	18%
Empresa Nicaragüense de Electricidad - ENEL (Nicaragua)	48,73	57,22	(8,49)	-15%
Panama Power Holdings Inc (Panamá)	40,89	23,60	17,28	73%
Hidrotenencias S.A (Panamá)	24,83	23,58	1,26	5%

INDUSTRIA				VARIACIÓN	
EMPRESA Y ORIGEN	SECTOR	INGRESO 2014	INGRESO 2013	US\$ MILL	%
Avianca - Taca (ES, Col y EC)	Industria - Aerocomercial	4.700,00	4.600,00	100,00	2%
COPA Holdings (Panamá)	Industria - Aerocomercial	2.705,07	2.608,33	96,74	4%
Sigma Alimentos (México)	Industria - Alimentos	301,50	299,21	2,29	1%
Gruma Centroamérica (México)	Industria - Alimentos	261,57	264,52	(2,95)	-1%
Grupo Nutresa (Colombia)	Industria - Alimentos	253,60	247,88	5,72	2%
Productos Alimenticios Pascual (Panamá)	Industria - Alimentos	163,62	149,08	14,54	10%
Grupo Calvo Centroamérica y Caribe (España)	Industria - Alimentos	125,00	147,00	(22,00)	-15%
Sociedad Alimentos de Primera, S.A - Bonlac (Panamá)	Industria - Alimentos	60,05	49,10	10,95	22%
Cia. C.A. d/Productos Lácteos- Prolacsa (Nicaragua)	Industria - Alimentos	58,67	51,58	7,09	14%
Eskimo (México)	Industria - Alimentos	54,50	n.d	n.d	n.d
Grupo Lala (México)	Industria - Alimentos	40,80	n.d	n.d	n.d
Lácteos Centroamericanos, S.A (CENTROLAC, S.A) (Nicaragua)	Industria - Alimentos	34,06	25,50	8,56	34%
Saram (El Salvador)	Industria - Alimentos	28,50	24,60	3,90	16%
Aceitera El Real (Nicaragua)	Industria - Alimentos	26,18	45,55	(19,37)	-43%
Central American Fisheries (CAF) (Nicaragua)	Industria - Alimentos	23,36	18,31	5,05	28%
Ganadería Integral Nicaragua (Nicaragua)	Industria - Alimentos	22,89	12,60	10,29	82%
The Central America Bottling Corporation - cbc (Guatemala)	Industria - Bebidas	1.469,00	1.331,00	138,00	10%
Fomento Económico México (Femsa) (México)	Industria - Bebidas	585,78	639,41	(53,63)	-8%
Hormigotí (Panamá)	Industria - Concreto	22,24	17,75	4,49	25%
Sigma Q (El Salvador)	Industria - Empaques	208,00	193,00	15,00	8%
Ferreycorp (Perú)	Industria - Equipos de Construcción	173,11	155,06	18,05	12%
Grupo Fogel (Guatemala)	Industria - Refrigeración Comercial	85,70	80,00	5,70	7%
Autoridad del Canal de Panamá (Panamá)	Industria - Marítima	2.629,15	2.411,29	217,86	9%
Empresa Portuaria Nacional - EPN (Nicaragua)	Industria - Marítima	35,90	30,38	5,51	18%
Plastiglas (Panamá) Empresa General de Capital, S.A	Industria - Plásticos	88,80	93,60	(4,80)	-5%
Hanesbrands (EE.UU.)	Industria - Textil	2.300,00	2.300,00	-	0%