



# Alimentos Procesados

Agosto 2015

Produced by:



Any redistribution of this information is strictly prohibited.  
Copyright © 2014 EMIS, all rights reserved.

---

# Tabla de Contenido

## I. Resumen Ejecutivo

## II. Indicadores Financieros del Sector

1. Tendencia del Producto Interno Bruto del Sector
2. Tasa de crecimiento en ventas
3. Comercio Exterior
4. Rentabilidad
5. Tasa de crecimiento en activos
6. Endeudamiento
7. Eficiencia

## III. Matriz DOFA

## IV. Grado de Concentración del Sector

## V. Calificación del Sector – Conclusión

## VI. Anexos

1. Evolución histórica de las principales cifras financieras del sector 2010-2014
2. Resultados de Pareto 2014

## I. Resumen Ejecutivo

- Al cierre de 2014 la producción de aceites, grasas, cacao y otros productos alimenticios representó el 0.51% del PIB nacional y el 4.61% del PIB industrial. Participación determinada por el comportamiento estable que mostró la producción del sector al expandirse en 3.2% durante el año.
- Desde la perspectiva de las ventas (ingresos operacionales) de las compañías del sector, los resultados son más prometedores. El cierre de 2014 terminó con una expansión de 8.64% anual, después de haber registrado una tasa de expansión de 5.04% en 2014.
- En lo corrido de 2015 a junio la información provista por el DANE muestra resultados mixtos en la evolución real de producción y ventas del sector. Es así como la actividad de transformación y conservación de carne y pescado tuvo un incremento de su producción en términos reales de 7.8% y las ventas un crecimiento de 4.4%.
- Por su parte el subsector dedicado a la elaboración de aceites, grasas y transformación de frutas y legumbres muestra una menor producción en junio de 2015 frente al mismo mes de 2014 (-0.1%). En el caso de otros productos alimenticios tanto la producción real como las ventas reales se contrajeron en 2.0% en junio de 2015.
- En total las exportaciones agroindustriales, incluyendo algunos insumos de escaso procesamiento de la cadena (el café, el cacao, las frutas, el azúcar refinado, entre otros), tuvieron un valor de US\$ 5,339.2 millones en 2014 y US\$ 2,540.3 millones en el primer semestre de 2015.
- A noviembre de 2014, las exportaciones de confites se habían expandido a una tasa anual del 38.9% totalizando US\$ 394.67 millones en ventas a mercados externos.
- Es importante resaltar el mejor comportamiento observado en el mercado venezolano con una participación del 55.01% de las exportaciones del sector y un incremento anual del 109.3%.
- En el caso del sector de alimentos procesados la rentabilidad como proporción las ventas registra un promedio de 6.64% anual para los últimos 5 años.

- En este sector la muestra de EMIS Benchmark contiene 357 empresas con información de ventas, las 20 primeras equivalen al 5,60% del total de empresas y concentran el 69,74% de las ventas.
- La empresa con el mayor volumen de ventas en el año 2014 fue **Alimentos Cárnicos S.A.S.** con \$1.405.7 millones, en segundo lugar se encuentra **Colombina S.A.** con ventas por \$1.298.214 millones y la tercera empresa más importante es **Nestle de Colombia S.A.** con ventas por \$1.275.2 millones.
- El factor de concentración, definido como el porcentaje acumulado de ventas sobre el porcentaje acumulado de empresas, para este sector es de 8.93, que le ubica en el puesto 15 dentro de los 85 sectores considerados.
- Este sector se calificó dentro del primer cuartil en 2014 y se destacó por ocupar general la posición 7 en el ordenamiento de los 85 sectores. Este sector pertenece al grupo que reúne al 25% de los sectores con los resultados más favorables del conjunto. Al analizar sus indicadores de endeudamiento es posible ubicar al sector en la posición 12, lo cual se debe a su razón de endeudamiento del 32.6%.

## Alimentos Procesados

Las variables utilizadas para los indicadores financieros del sector, se obtienen a partir de la agregación de los resultados financieros de las empresas del respectivo sector disponibles en la base de datos de EMIS Benchmark, que si bien contiene un número importante de empresas representativas de cada sector o actividad, no necesariamente reúne el universo de todos los establecimientos dedicados a esta actividad, razón por la cual se pueden encontrar algunas diferencias cuando se consultan para la misma variable otras fuentes de información como el DANE que pueden incluir un mayor número de establecimientos, tanto del sector formal como del informal.

Las tasas de crecimiento de las ventas y de los activos, eventualmente pueden verse afectadas por el mayor o menor número de empresas incluidas en cada año en la base de datos, según la información obtenida de las diferentes fuentes.

Recomendamos complementar esta lectura con los documentos desarrollados para los demás sectores relacionados con alimentos y producción agroindustrial. Algunos valores de los indicadores financieros de 2014 pueden tener alguna variación con respecto a los indicados en los estudios del año anterior, debido a la reclasificación o inclusión de nuevas empresas.

## II. Indicadores Financieros

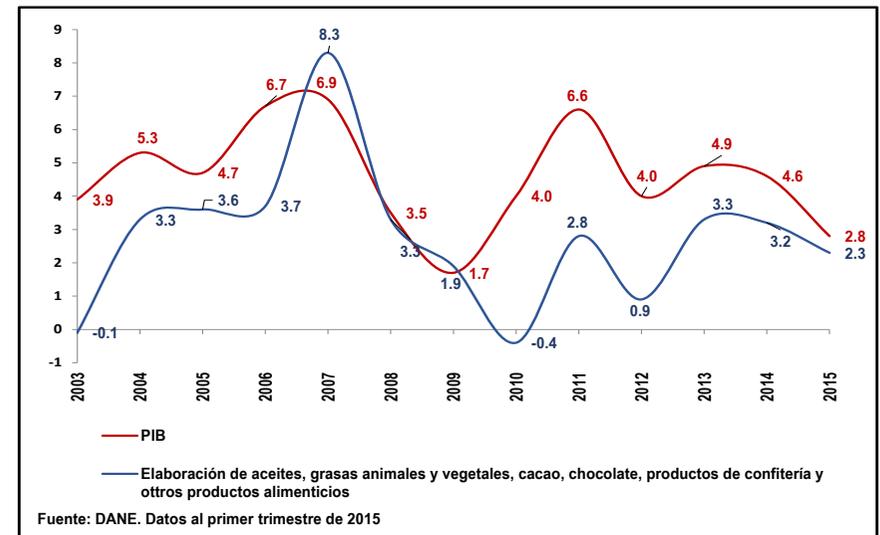
### 1. Tendencia del producto interno del sector<sup>1</sup>

Al cierre de 2014 la producción de aceites, grasas, cacao y otros productos alimenticios representó el 0.51% del PIB nacional y el 4.61% del PIB industrial.

<sup>1</sup>El sector de alimentos procesados se encuentra en la rama de actividad Producción de aceites, grasas, cacao y otros alimentos procesados que corresponden a la división 15 del CIU Rev 3 para Colombia referente a la elaboración de productos alimenticios y bebidas. Esta división está compuesta

Participación determinada por el comportamiento estable que mostró la producción del sector al expandirse en 3.2% durante el año. El sector mantuvo una dinámica de crecimiento que estuvo impulsada por factores como la demanda interna, la consolidación de los principales grupos productores locales y el impulso público y privado que se ha dado a diferentes actividades de carácter industrial tanto para fortalecer el mercado interno como para incentivar la exportación de sus productos.

**Gráfico 1. Tasa de Crecimiento del PIB Aceites, grasas, cacao y otros productos alimenticios y el PIB total**

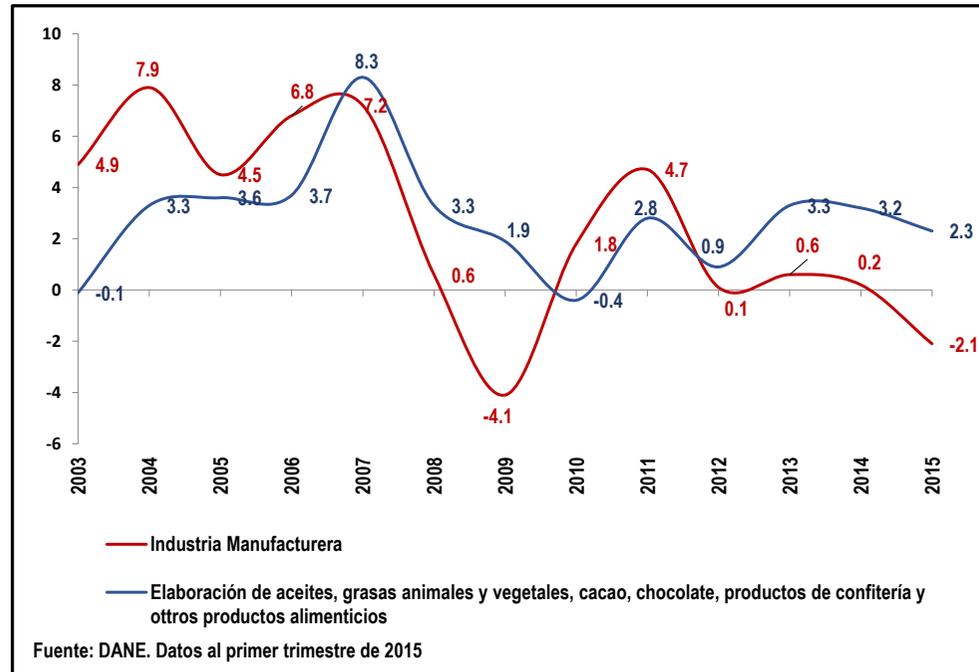


Es importante recalcar que por tratarse de un sector de la rama de actividad industrial, la elaboración de alimentos procesados requiere de diferentes etapas de transformación de insumos en donde factores como la tecnología, el control de calidad y los precios de las materias primas resultan determinantes para su desempeño económico. Razón por la cual durante el año 2014, diversos grupos de

por los subsectores de Producción, transformación y conservación de carne y pescado (CIU 151) y Elaboración de frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasa (CIU 152) a la cual pertenece la producción de aceites, grasas, cacao y otros alimentos procesados.

empresas productoras de alimentos procesados adelantaron proyectos de diversificación, inversión en capacidad instalada e ingreso a nuevos mercados o segmentos de negocio. En el primer trimestre de 2015, el sector mostró un comportamiento moderado en el crecimiento del producto y se expandió en un 2.3%.

**Gráfico. 2 Tasa de crecimiento del PIB aceites, grasas, cacao y otros productos alimenticios y el PIB de la industria manufacturera**



Ahora bien, el comportamiento del sector no solo resultó positivo al mantener una tasa de crecimiento estable, además mostró un comportamiento inverso al observado por el resto de la industria manufacturera, la cual no tuvo evolución relevante alguna y creció en tan solo 0.2% durante 2014. En general, la actividad industrial en Colombia aún muestra signos de debilidad que están relacionados a factores internos

como la falta de innovación, la baja productividad y la dificultad de invertir recursos en proyectos de modernización tecnológica y a factores de carácter externo, como los efectos nocivos de la concentración económica colombiana en la exportación de minero energéticos, la cual canalizó recursos locales y extranjeros hacia esta actividad económica dificultando la situación de los restantes sectores de la economía nacional.

**Tabla 1. PIB por rama de actividad**

Rama de Actividad	2013					2014					2015
	I	II	III	IV	ANUAL	I	II	III	IV	ANUAL	I
Industria Manufacturera	-2.7	3.1	1.3	1.0	0.6	4.0	-1.7	-0.7	-0.5	0.2	-2.1
Elaboración de aceites, grasas animales y vegetales, cacao, chocolate, productos de confitería y otros productos alimenticios	-0.5	4.9	4.9	4.0	3.3	8.0	4.2	1.9	-1.1	3.2	2.3
Total PIB	2.9	4.7	6.1	6.0	4.9	6.5	4.1	4.2	3.5	4.6	2.8

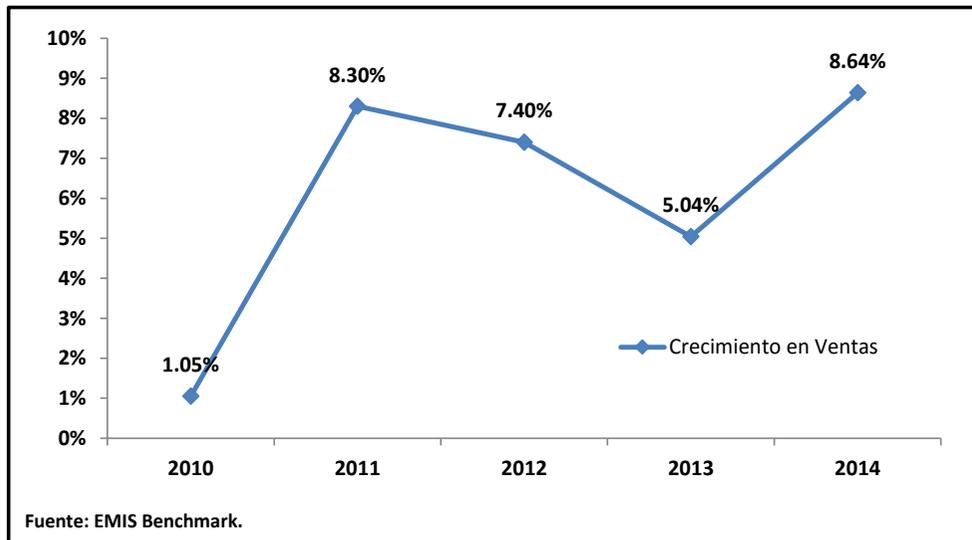
Fuente DANE.

En 2014, el sector mostró una evolución trimestral superior a la de la industria manufacturera, aunque moderada e inferior a la evolución del producto total de la economía nacional. Salvo en el cuarto trimestre que presentó una contracción del 1.1%. Con respecto a la evolución del sector en 2014 y sus perspectivas en 2015, los productores muestran su preocupación por el incremento en los precios de las materias primas como el cacao (cerca del 20% en 2014) y el azúcar (8% en 2014), factores de infraestructura de transporte y productividad y las dificultades asociadas a las condiciones macroeconómicas actuales en las que se ha observado una depreciación acelerada del peso, un incremento en la inflación sobre el rango meta (2% al 4%) y otros factores de reciente análisis como la investigación realizada por la Superintendencia de Industria y Comercio sobre la posibilidad de acuerdos de precios entre las principales compañías azucareras colombianas, las cuales son proveedores y, en algunos casos, accionistas de las compañías del sector.

## 2. Tasa de crecimiento de ventas

Desde la perspectiva de las ventas (ingresos operacionales) de las compañías del sector, los resultados son más prometedores. El cierre de 2014 terminó con una expansión de 8.64% anual, después de haber registrado una tasa de expansión de 5.04% en 2014. Estos datos muestran que a 2014 las ventas de las empresas del sector incluidas en este análisis reflejaron un comportamiento sólido, particularmente influenciado por los grupos empresariales locales enfocados en la producción de alimentos.

Gráfico 3. Crecimiento en ventas alimentos procesados



Ahora bien, vale la pena analizar la dinámica más reciente de las ventas. En lo corrido de 2015 a junio la información provista por el DANE muestra resultados mixtos en la evolución real de producción y ventas del sector. Es así como la actividad de transformación y conservación de carne y pescado tuvo un incremento de su producción en términos reales de 7.8% y las ventas un crecimiento de 4.4%. Por su parte el subsector dedicado a la elaboración de aceites, grasas y transformación de

frutas y legumbres muestra una menor producción en junio de 2015 frente al mismo mes de 2014 (-0.1%). En el caso de otros productos alimenticios tanto la producción real como las ventas reales se contrajeron en 2.0% en junio de 2015.

Tabla 2. Variación anual (%) de la producción y las ventas, según clases industriales junio 2015 / junio 2014

Dominio	Clases Industriales	Producción		Ventas	
		Nominal	Real	Nominal	Real
	Total Industria sin refinación	5.9	0.2	6.8	1.1
	Total Industria	-0.2	-2.0	0.7	-1.0
1010	Procesamiento y conservación de carne, pescado, crustáceos y moluscos	9.3	7.8	5.9	4.4
1030	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	4.5	-0.1	4.0	-0.6
1089	Elaboración de otros productos alimenticios	9.4	-2.0	9.5	-2.0

Fuente: DANE, Encuesta Mensual Manufacturera a junio de 2015

## 3. Comercio Exterior

### Exportaciones del sector agroindustrial

Las exportaciones del sector agroindustrial están altamente influenciadas por aquellos productos agrícolas de transformación básica o media que son altamente valorados en el mercado exterior por su calidad o características particulares. Es este el caso por el ejemplo del grupo de café, té, cacao y sus preparados, los cuales son insumos y productos importantes del sector y cuyas ventas externas en 2014 llegaron a US\$ 2,984 millones, un 27.51% por encima de lo observado durante 2013.

**Tabla 3. Valor de las exportaciones del sector agroindustrial a junio de 2015**

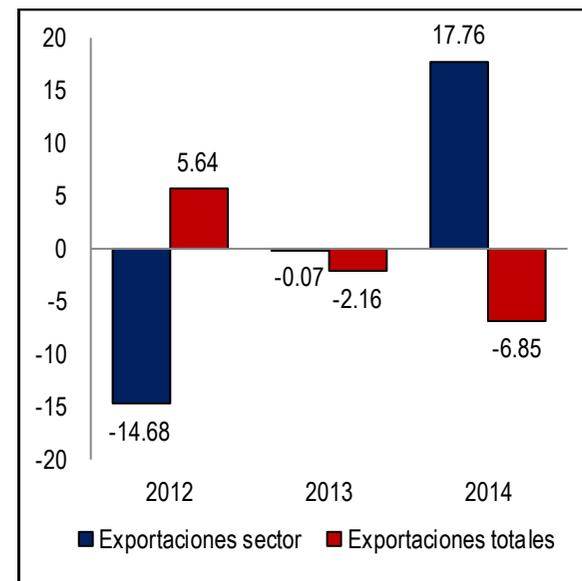
Descripción	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Azúcares, preparados de azúcar y miel	569.0	494.4	398.0	626.2	673.8	878.3	770.9	650.2	819.8	307.5
Café, té, cacao, especias y sus preparados	1695.4	1964.3	2201.0	1867.9	2237.1	3032.3	2288.9	2269.8	2894.0	1465.4
Carne y preparados de carne	76.7	341.2	764.2	597.4	14.8	30.0	48.4	207.3	50.2	9.5
Cereales y preparados de cereales	94.8	110.7	137.9	109.8	108.4	97.5	112.0	124.8	201.6	76.0
Legumbres y frutas	653.7	768.6	851.1	968.1	860.3	942.1	941.6	895.2	985.1	537.3
Pescado (no incluidos los mamíferos marinos), crustáceos	165.0	188.3	239.6	207.2	178.9	188.1	200.5	191.6	219.0	77.0
Pienso para animales (excepto cereales sin moler)	15.3	19.5	24.8	25.1	22.5	26.3	33.7	37.2	36.3	16.5
Productos lácteos y huevos de aves	58.2	57.2	112.6	31.8	11.9	5.3	5.9	37.1	14.1	2.5
Productos y preparados comestibles diversos	107.3	137.6	165.2	146.8	122.6	118.3	135.5	120.7	119.1	48.6
Total exportaciones grupo	3435.5	4081.7	4894.3	4580.3	4230.4	5318.3	4537.3	4533.9	5339.2	2540.3

Fuente: DANE. Datos a junio 30 de 2015

Sin embargo, éstos no son los únicos preparados o procesados que tienen relevancia dentro del comercio exterior colombiano. Los productos derivados del azúcar alcanzaron exportaciones por valor de US\$ 819.9 millones en 2014, seguidos de la carne de pescado con US\$ 219 millones y los cereales preparados con US\$ 201.6 millones.

En total las exportaciones agroindustriales, incluyendo algunos insumos de escaso procesamiento de la cadena (el café, el cacao, las frutas, el azúcar refinado, entre otros), tuvieron un valor de US\$ 5,339.2 millones en 2014 y US\$ 2,540.3 millones en el primer semestre de 2015. Si se analiza el peso de estas ventas externas dentro del total de las exportaciones colombianas, se observa una tendencia creciente desde 2012 con un 7.55% de las exportaciones totales hasta 2014 con un 9.74% de las mismas. Aunque esto representa un escenario positivo ya que en 2014 las exportaciones crecieron 17.76%, no está totalmente explicado por mejoras internas del sector, sino que refleja en parte la reconfiguración de la canasta exportadora colombiana ante la caída de los precios internacionales del petróleo y las dificultades observadas en las minas de carbón durante los años anteriores.

**Gráfico 4. Tasa de crecimiento de las exportaciones del sector frente a las totales por año 2012-2014**



Crecimiento exportaciones	2012	2013	2014
Exportaciones sector	-14.68	-0.07	17.76
Exportaciones totales	5.64	-2.16	-6.85

Fuente: DANE. Cálculos EMIS Benchmark

Comercio Agroindustrial	2012	2013	2014
Exportaciones del sector (US\$ mm FOB)	4,537	4,534	5,339
Exportaciones totales (US\$ mm FOB)	60,125	58,824	54,795
Participación sector	7.55%	7.71%	9.74%

Fuente: DANE. Cálculos EMIS Benchmark

Tabla 4. Principales destinos exportaciones de confitería. Periodo enero-noviembre 2012 al 2014

Año	Exportaciones US\$ FOB			Variación anual (%)			Participación (%)		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>	257,791,220	284,218,348	394,663,882	3.9	10.3	38.9	100.0	100.0	100.0
<b>Comunidad Andina</b>	<b>54,594,820</b>	<b>62,542,549</b>	<b>60,233,580</b>	<b>0.1</b>	<b>14.6</b>	<b>-3.7</b>	<b>21.18</b>	<b>22.01</b>	<b>15.26</b>
Ecuador	22,343,820	24,594,126	24,096,455	8.1	10.1	-2.0	8.67	8.65	6.11
Perú	29,066,002	32,869,042	31,577,136	2.5	13.1	-3.9	11.28	11.56	8.00
Bolivia	3,184,999	5,079,381	4,559,989	-42.0	59.5	-10.2	1.24	1.79	1.16
<b>Venezuela</b>	<b>85,626,968</b>	<b>103,718,360</b>	<b>217,105,501</b>	<b>17.6</b>	<b>21.1</b>	<b>109.3</b>	<b>33.22</b>	<b>36.49</b>	<b>55.01</b>
<b>Mercosur</b>	<b>1,474,194</b>	<b>1,682,421</b>	<b>1,043,817</b>	<b>-76.8</b>	<b>14.1</b>	<b>-38.0</b>	<b>0.57</b>	<b>0.59</b>	<b>0.26</b>
Brasil	351,093	116,827	468,194	-92.2	-66.7	300.8	0.14	0.04	0.12
Argentina	572,490	915,389	75,593	-66.3	59.9	-91.7	0.22	0.32	0.02
Uruguay	174,136	472,783	469,421	107.7	171.5	-0.7	0.07	0.17	0.12
Paraguay	376,474	177,422	30,608	403.6	-52.9	-82.7	0.15	0.06	0.01
<b>Chile</b>	<b>11,800,631</b>	<b>10,332,324</b>	<b>9,667,889</b>	<b>14.1</b>	<b>-12.4</b>	<b>-6.4</b>	<b>4.58</b>	<b>3.64</b>	<b>2.45</b>
<b>TLC</b>	<b>29,494,889</b>	<b>26,953,046</b>	<b>25,286,480</b>	<b>29.6</b>	<b>-8.6</b>	<b>-6.2</b>	<b>11.44</b>	<b>9.48</b>	<b>6.41</b>
México	47,970	11,846	26,390	-63.8	-75.3	122.8	0.02	0.00	0.01
Estados Unidos	27,478,267	25,202,179	23,600,287	30.7	-8.3	-6.4	10.66	8.87	5.98
Canadá	1,968,652	1,739,021	1,659,803	22.2	-11.7	-4.6	0.76	0.61	0.42
<b>Caribe y Centroamérica</b>	<b>20,784,572</b>	<b>20,384,532</b>	<b>20,794,330</b>	<b>-2.9</b>	<b>-1.9</b>	<b>2.0</b>	<b>8.06</b>	<b>7.17</b>	<b>5.27</b>
Triángulo Norte	5,192,787	2,990,721	3,261,482	-23.2	-42.4	9.1	2.01	1.05	0.83
Resto	3,930,012	6,415,812	5,839,086	33.0	63.3	-9.0	1.52	2.26	1.48
Panamá	1,956,965	1,696,920	1,992,307	-10.0	-13.3	17.4	0.76	0.60	0.50
CARICOM	9,704,808	9,281,079	9,701,454	2.1	-4.4	4.5	3.76	3.27	2.46
<b>Puerto Rico</b>	<b>3,048,888</b>	<b>2,575,440</b>	<b>2,278,920</b>	<b>-0.7</b>	<b>-15.5</b>	<b>-11.5</b>	<b>1.18</b>	<b>0.91</b>	<b>0.58</b>
<b>Demás América</b>	<b>3,585,592</b>	<b>4,303,466</b>	<b>6,651,163</b>	<b>-52.2</b>	<b>20.0</b>	<b>54.6</b>	<b>1.39</b>	<b>1.51</b>	<b>1.69</b>
<b>UE</b>	<b>8,679,115</b>	<b>4,596,973</b>	<b>4,081,232</b>	<b>-41.6</b>	<b>-47.0</b>	<b>-11.2</b>	<b>3.37</b>	<b>1.62</b>	<b>1.03</b>
EFTA	336	0	250	0.0	-100.0	0.0	0.00	0.00	0.00
<b>DMS Europa Occidental</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>EXCAME</b>	<b>9,504</b>	<b>482,749</b>	<b>144,389</b>	<b>-88.9</b>	<b>4979.4</b>	<b>-70.1</b>	<b>0.00</b>	<b>0.17</b>	<b>0.04</b>
Japón	24,396	24,825	28,394	-22.9	1.8	14.4	0.01	0.01	0.01
NIC's	75,602	51,408	341,205	-72.0	-32.0	563.7	0.03	0.02	0.09
China	852,885	850,934	859,714	84.9	-0.2	1.0	0.33	0.30	0.22
<b>Demás Asia</b>	<b>1,059,477</b>	<b>947,419</b>	<b>703,272</b>	<b>219.4</b>	<b>-10.6</b>	<b>-25.8</b>	<b>0.41</b>	<b>0.33</b>	<b>0.18</b>
<b>Otros</b>	<b>36,548,351</b>	<b>44,585,328</b>	<b>45,304,645</b>	<b>10.0</b>	<b>22.0</b>	<b>1.6</b>	<b>14.18</b>	<b>15.69</b>	<b>11.48</b>
África	28,064,516	31,430,862	30,848,836	9.5	12.0	-1.9	10.89	11.06	7.82
Medio Oriente	8,174,262	13,009,178	14,176,828	10.2	59.1	9.0	3.17	4.58	3.59
Oceania	309,573	145,288	278,981	86.6	-53.1	92.0	0.12	0.05	0.07
<b>Zonas Francas</b>	<b>131,000</b>	<b>186,575</b>	<b>139,102</b>	<b>-7.6</b>	<b>42.4</b>	<b>-25.4</b>	<b>0.05</b>	<b>0.07</b>	<b>0.04</b>

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Como se evidenció anteriormente, las exportaciones de azúcares y productos de confitería representan un rubro relevante dentro del sector agroindustrial y de alimentos procesados. A noviembre de 2014, las exportaciones de confites se habían expandido a una tasa anual del 38.9% totalizando US\$ 394.67 millones en ventas a mercados externos.

Es importante resaltar el mejor comportamiento observado en el mercado venezolano con una participación del 55.01% de las exportaciones del sector y un incremento anual del 109.3%, aunque este escenario positivo no benefició a todas las compañías exportadoras del sector y algunas continúan diversificando sus mercados ante la inestabilidad macroeconómica y política de este mercado. La segunda región en relevancia es aquella conformada por los países vecinos de la Comunidad Andina la cual fue el destino final de productos de confitería por valor de US\$ 60.2 millones (15.26%), seguida de África (US\$ 30.8 millones, 7.83%), Estados Unidos (US\$ 23.6 millones, 5.98%) y Caribe y Centroamérica (US\$ 20.8 millones, 5.27%).

En el caso de las exportaciones de la cadena productiva, de acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación, las exportaciones de la cadena de azúcar, confitería y chocolatería se incrementaron en un 32% durante 2014 alcanzando un valor de US\$ 1,010.7 millones. De este rubro de ventas externas, el 41% (US\$ 414.2 millones) corresponde al comercio de confetis sin chocolate, seguido del azúcar blanco con un 29.7% (US\$ 300.6 millones) y el azúcar crudo con 8.1% (US\$ 81.5 millones).

Otros productos que tienen una menor participación dentro de la cadena mostraron comportamientos considerablemente positivo, como es el caso de las barras de chocolate y chocolates rellenos cuyas exportaciones se incrementaron en valor en 98% y las galletas que lo hicieron en un 86.8%.

**Tabla 5. Exportaciones de la cadena productiva de confitería incluyendo azúcar crudo y azúcar blanco**

Principales variables cadena Azúcar, Confitería y Chocolatería (2008-2014)							
Nombre eslabón	Exportaciones (dólares FOB)						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Azúcar blanco	116,087,644	274,898,418	361,272,646	512,031,409	388,872,289	242,477,430	300,593,849
Azúcar crudo	36,687,321	104,342,674	86,621,091	78,001,327	94,079,554	80,615,449	81,518,202
Barras de chocolate y chocolates rellenos	30,107,569	25,963,237	25,239,923	36,078,420	34,136,363	36,244,057	71,777,549
Cacao	1,936,618	6,041,779	14,338,785	7,981,458	10,515,488	18,310,558	24,345,094
Cacao en polvo	448,861	1,581,485	1,455,611	2,128,431	2,498,511	2,426,082	2,887,817
Caña de azúcar	3,024,328	1,112,366	n.d	773,380	800,604	358,074	582,048
Chocolate de mesa en pasta dulce y amargo	7,745,777	4,377,104	5,647,621	3,968,392	6,621,718	7,813,354	10,500,013
Cobertura de chocolate	n.d	169	n.d	559	3,869	749	135,601
Confetis sin chocolate	234,312,384	233,591,276	218,170,987	275,468,628	280,121,246	314,084,426	414,187,241
Galletas	47,875,930	36,720,359	32,264,196	23,362,070	20,518,089	24,208,172	45,222,967
Glucosa	7,230,555	6,608,272	4,663,288	6,620,714	5,341,431	5,091,446	5,320,060
Licor o pasta de cacao	2,469,824	2,545,342	4,593,821	4,835,129	2,819,888	4,311,116	5,476,476
Manteca de cacao	21,620,271	16,915,640	10,200,577	11,009,768	5,924,899	11,897,302	21,771,372
Miel de caña	329,270	3,340,672	330,118	1,985,367	898,932	3,237,532	12,320,024
Modificadores de leche con chocolate	12,528,646	8,742,956	10,360,373	11,730,302	10,765,787	10,742,727	8,964,795
Panela	2,978,746	2,548,130	2,432,551	3,833,269	1,234,791	3,953,320	5,108,472
Total Cadena	525,384,241	729,329,880	777,591,588	979,808,622	865,153,458	765,771,794	1,010,711,580

Fuente: DNP - Cadenas Productivas con información de DANE y DIAN

El comportamiento observado para las importaciones de insumos y productos del sector de alimentos procesados durante el más reciente periodo de análisis muestra un ligera contracción durante el año 2015. En efecto, entre enero y mayo de 2015 las compras al exterior de productos del grupo de agroindustriales y alimentos procesados se contrajeron en 1.8% anual. Por ejemplo, resultó particularmente importante la reducción de las importaciones de azúcar (-30%), aunque el país no es una economía que importe altos volúmenes del producto debido a la presencia de múltiples ingenios azucareros en los departamentos de Cauca, Valle del Cauca y el Eje Cafetero.

Adicionalmente, se observó una importante contracción en las compras de aceites y grasas del 11.1%, con un valor de importaciones a mayo de 2015 de US\$ 179.5 millones. Es importante resaltar que un factor macroeconómico que podría estar frenando las importaciones de estos productos e insumos está asociada a la apreciación cambiaria, así como a la posibilidad de acceder a estos en el mercado local. En particular debido a que varios de los principales productores de alimentos procesados cuentan con esquemas de integración vertical que les permiten acceder a insumos de sus actividades industriales a través de empresas filiales o participadas.

**Tabla 6. Importaciones del sector agroindustrial periodo enero – mayo 2014 / enero – mayo 2015 (US\$ millones CIF)**

Descripción	2014	2015	Variación
Cereales y preparados de cereales	899.5	921.3	2.4%
Aceites y grasas fijos de origen vegetal, en bruto, refinados o fraccionados	202.0	179.5	-11.1%
Pescado (no incluidos los mamíferos marinos), crustáceos, moluscos e invertebrados acuáticos y sus preparados	199.7	183.5	-8.1%
Productos y preparados comestibles diversos	165.1	169.6	2.8%
Azúcares, preparados de azúcar y miel	54.4	38.1	-30.0%
Semillas y frutos oleaginosos	103.8	114.1	9.9%
Carne y preparados de carne	107.3	101.5	-5.5%
Café, té, cacao, especias y sus preparados	69.6	60.9	-12.6%
Total Importaciones Grupo	1801.4	1768.5	-1.8%

Fuente: DANE. Datos enero a mayo 2014 frente a 2015

Como ya se mencionó, las importaciones del sector son relativamente bajas en lo referente a insumos para la producción de alimentos procesados como la confitería y galletería. Sin embargo, el principal rubro de importaciones observado para la cadena del azúcar y confites fue el azúcar blanco por valor de US\$ 60.96 millones (29.5% de las importaciones totales), seguido por las compras externas de barras de chocolate y chocolates rellenos US\$ 42.27 millones (20.5% de participación) y las importaciones de confetis sin chocolate US\$ 30.9 millones (15% de participación).

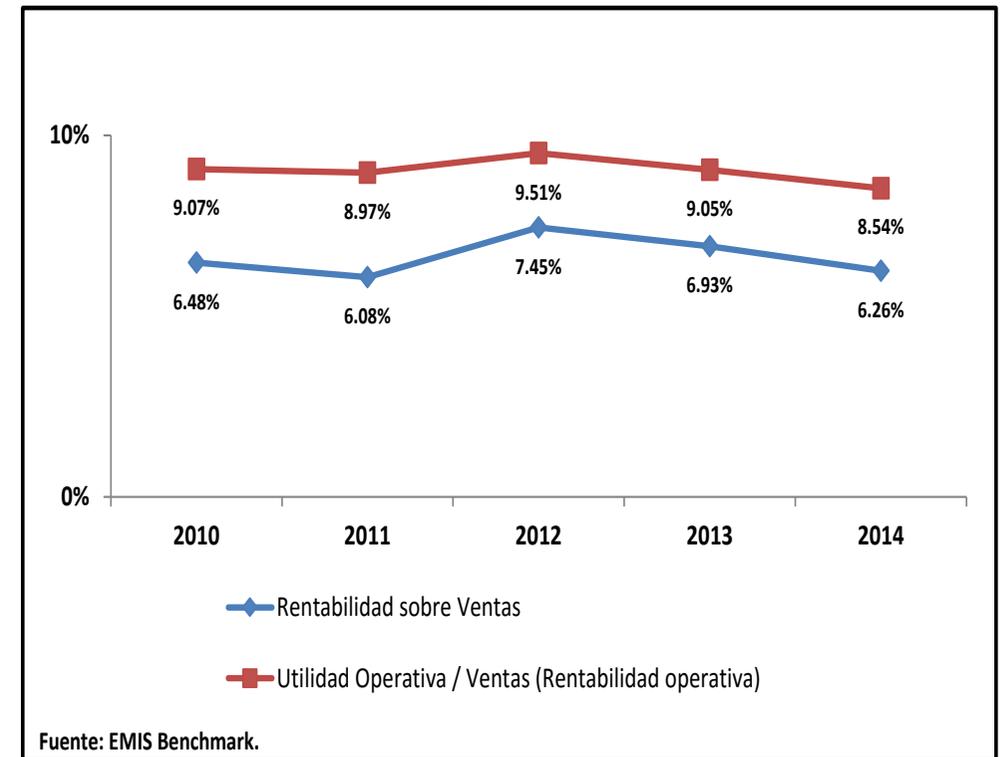
Tabla 7. Importaciones de la cadena de azúcar, confitería y chocolatería

Principales variables cadena Azúcar, Confitería y Chocolatería (2002-2014)							
Nombre eslabón	Importaciones (dólares CIF)						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Azúcar blanco	63,561,048	59,679,963	108,619,498	128,784,519	198,451,777	160,208,242	60,956,720
Azúcar crudo	318,540	461,044	1,015,208	375,241	440	3,170	44,287
Barras de chocolate y chocolates rellenos	16,170,553	14,660,872	20,771,178	23,065,940	30,034,204	37,286,000	42,266,546
Cacao	15,540,514	15,086,428	22,097,434	25,427,153	4,677,072	5,388,385	19,373,343
Cacao en polvo	4,976,040	4,620,850	13,073,973	19,335,414	18,006,879	10,946,107	8,894,280
Caña de azúcar	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	2,360
Chocolate de mesa en pasta dulce y amargo	2,625,021	1,960,516	5,733,083	4,740,024	4,888,553	4,851,526	5,468,432
Cobertura de chocolate	15,436	n.d	27,502	11,796	26,750	34,081	47,015
Confetis sin chocolate	22,788,849	16,062,678	16,205,688	21,026,359	26,521,557	23,977,775	30,938,504
Galletas	13,219,526	12,748,853	13,532,749	17,315,900	22,267,931	20,796,939	24,996,000
Glucosa	11,580,136	7,655,455	7,482,280	10,297,216	10,024,016	9,083,179	8,559,384
Licor o pasta de cacao	1,297,424	2,186,791	7,252,159	15,486,741	11,109,194	1,114,790	497,000
Manteca de cacao	182,534	167,219	179,141	199,775	137,522	181,934	180,391
Miel de caña	115,482	81,243	235,844	1,372,009	2,459,033	1,776,794	1,363,418
Modificadores de leche con chocolate	920,467	1,007,991	1,604,881	1,858,045	2,958,615	1,985,961	2,209,704
Panela	2,143	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
Total Cadena	153,313,713	136,379,903	217,830,618	269,296,132	331,563,542	277,634,885	205,797,384

Fuente: DNP - Cadenas Productivas con información de DANE y DIAN

Las razones de rendimiento o de rentabilidad se utilizan para medir la generación de utilidades en la operación de la empresa. En el caso del sector de alimentos procesados la rentabilidad como proporción las ventas registra un promedio de 6.64% anual para los últimos 5 años. La situación financiera de las empresas que conforman el sector y que están reunidas en las bases de datos de EMIS Benchmark registra una leve reducción en 2014. Así la rentabilidad como proporción de las ventas pasó de 6.93% a 6.26% y la utilidad operativa/ventas pasó de 9.05% a 8.54% entre 2013 y 2014.

Gráfico 5. Rentabilidad sobre ventas y Rentabilidad operativa

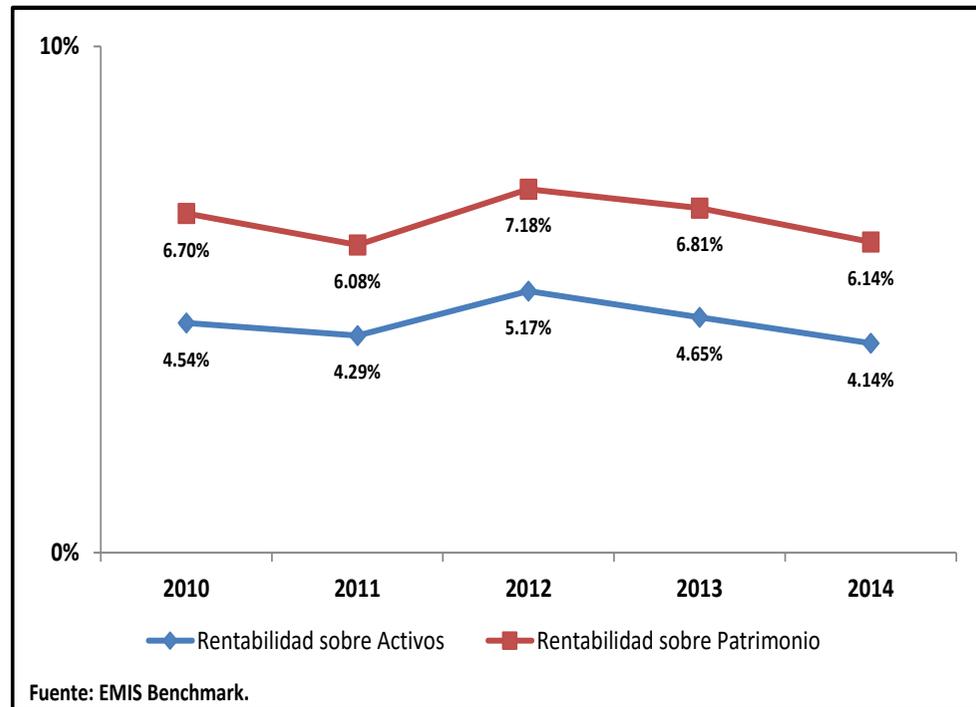


#### 4. Rentabilidad

## Rentabilidad de activos y patrimonio

También es posible medir de rendimiento o rentabilidad como la capacidad de la empresa para generar utilidades con base en los recursos invertidos, es decir los activos y el patrimonio de los accionistas. En este caso tanto la rentabilidad sobre activos como sobre patrimonio se han contraído en el 2014. Durante 2014 la rentabilidad sobre patrimonio pasó de 6.81% a 6.14% a su vez la rentabilidad sobre activos pasó de 4.65% a 4.14%.

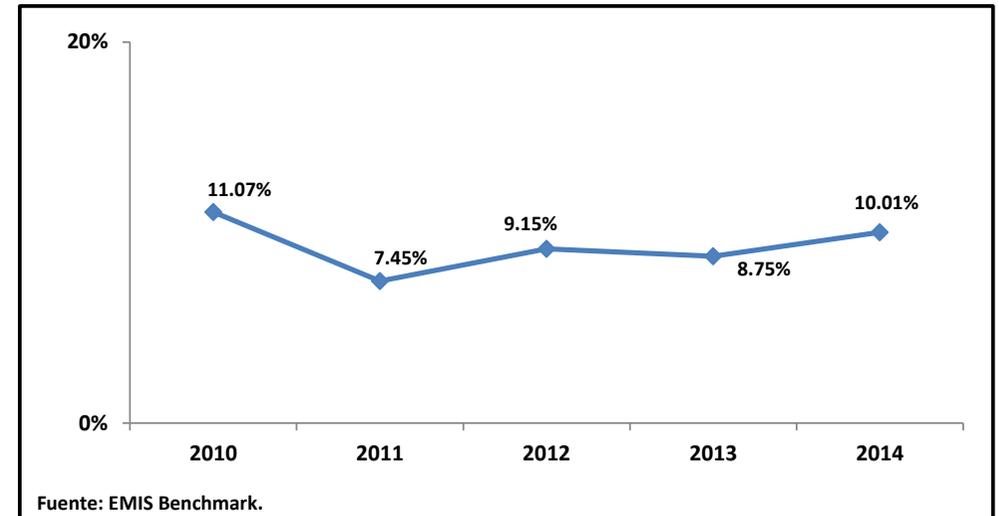
Gráfico 6. Rentabilidad sobre activos y sobre patrimonio



## 5. Tasa de crecimiento en activos

En el año 2014 la tasa de crecimiento de activos pasó de 8.75% anual en 2013 a 10.01%.

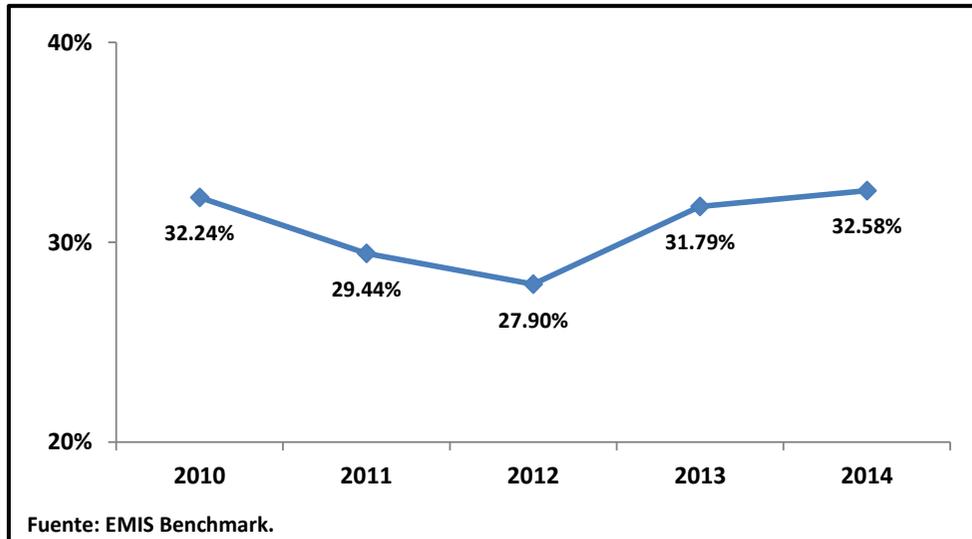
Gráfico 7. Crecimiento en activos



## 6. Endeudamiento

Las razones endeudamiento se utilizan para analizar la estructura financiera de la empresa y su capacidad de cumplir con compromisos con terceros. A su vez son útiles para medir la habilidad para cubrir intereses de deuda. El sector de alimentos procesados mostró un incremento de su razón de endeudamiento durante el último año analizado. Así el endeudamiento pasó de 31.79% en 2013 a 32.58% en 2014.

## Gráfico 8. Endeudamiento



### 7. Eficiencia

En el período 2013-2014 la rotación de cartera pasó de 42 a 46 días y la rotación de inventarios aumentó de 57 días a 60 días.

### III. Matriz DOFA

En este apartado se presentan un conjunto de factores internos y externos que pueden incidir sobre el desempeño económico futuro del sector de alimentos procesados.

#### Debilidades

- Durante el último año se observaron importantes incrementos en los costos de las materias primas del sector, como es el caso del cacao y sus derivados, así como el precio del azúcar.
- El mercado venezolano redujo su demanda sobre algunos de los productos del sector, lo cual ha obligado a algunas de las principales compañías exportadoras de confitería a buscar nuevos mercados en América del Norte y el Caribe.

#### Oportunidades

- Diversificación de productos asociada al alcance de economías de escala y que permitiría a los productores optimizar las sinergias propias de operar diferentes actividades de negocio.
- Algunas compañías que estaban tradicionalmente enfocadas a sectores como galletas y confitería han explorado de manera exitosa los mercados de helados y jugos, que si bien recaen dentro de otros sectores de la economía se encuentran fuertemente asociados a la producción de alimentos procesados.
- El mercado externo continúa siendo atractivo para múltiples compañías locales, algunas han experimentado exitosas ventas en escenarios de diversificación internacional, otras se han enfocado en los mercados de América Latina debido a la similitud de preferencias entre estos consumidores y los colombianos.

- Las condiciones actuales de la tasa de cambio depreciada representan una oportunidad para los exportadores colombianos y para la sustitución de productos importados con aquellos de producción nacional.

#### Fortalezas

- Las compañías de alimentos procesos se han fortalecido a través de compras en el exterior para incrementar sus mercados y compras locales para diversificar sus portafolios de productos o materializar oportunidades de integración vertical.
- El mercado local ha resultado atractivo para el ingreso de nuevas compañías en segmentos específicos de manera directa o a través de negocios conjuntos con compañías nacionales.
- Diversidad de insumos disponible para las compañías en el mercado local.
- A pesar de la diversa oferta de jugadores internacionales y productos importados, las compañías colombianas y aquellas extranjeras que tienen plantas de producción en Colombia, continúan liderando los principales segmentos de mercado.

#### Amenazas

- Existe una alta tasa efectiva de tributación que ha expuesto al sector a decisiones de salida de tradicionales multinacionales productoras de alimentos ante la inviabilidad de producir localmente en comparación con la importación de otras fábricas en el continente.
- El rezago en infraestructura supone mayores costos de transporte interno para el mercado local y mayores costos de traslado de las fábricas a los puertos de comercialización internacional.
- Algunos sectores consideran que los tratados de libre comercio han expuesto a los jugadores locales en condiciones desiguales ante productores con mejores condiciones de competir por el mercado nacional.

## IV. Grado de Concentración

### 1. Factor de concentración

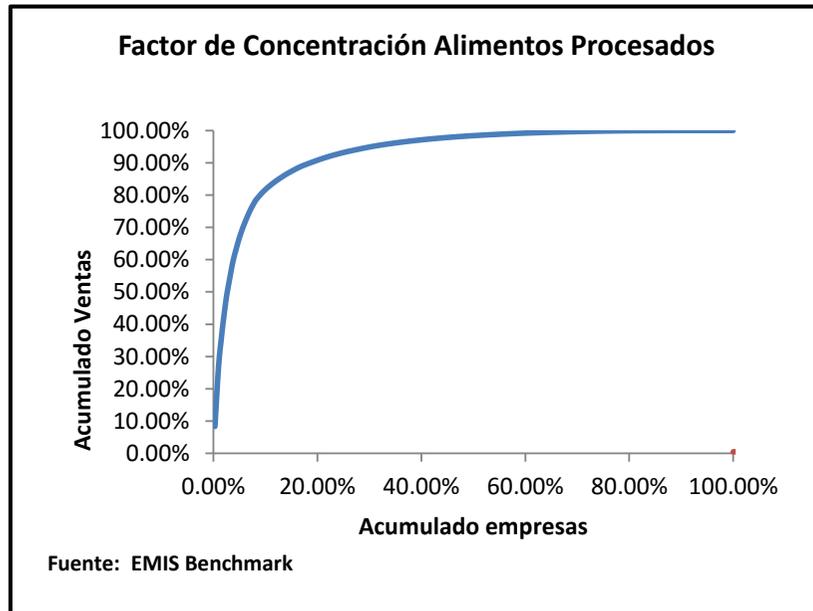
Con el propósito de contribuir a la caracterización de los sectores económicos de la economía, en la presente entrega se presenta un informe basado en el principio de Pareto, el cual permite establecer el grado de concentración que existe en los diferentes sectores de acuerdo con el volumen de ventas y el número de empresas que reportan información.

Establecer el grado de concentración de un sector en la economía y particularmente el tipo de mercado predominante, es un proceso más complejo que considerar únicamente el volumen de sus ventas; por cuanto requiere un estudio detallado de su desarrollo tecnológico, el grado de especialización de sus líneas de producción o servicios, el tamaño de los clientes, la estructura de costos, la formación de precios, las economías de escala, el grado de integración, etc. Por tanto lo que se pretende con la aplicación del principio de Pareto es tan sólo disponer de un indicador sencillo y de fácil comprensión, que permita conocer la cuota de mercado que tienen las empresas colombianas en los diferentes sectores y por ende el grado de concentración de las ventas en relación con el número de empresas que las efectúan, dentro de la muestra considerada.

No obstante, la apreciación del mayor o menor liderazgo de las empresas en un mercado particular o sectorial, suministra elementos de juicio valiosos que coadyuvan a entender el grado de competitividad, implicaciones de la aplicación de políticas gubernamentales, estructura de su cadena productiva, comportamiento de los precios, grado de especialización del factor trabajo, barreras de entrada a nuevas empresas, tamaño de sus activos, grado de acceso a las fuentes de financiación, información transmitida al mercado, etc. todo ello orientado a comprender mejor los riesgos y oportunidades que tiene las empresas en términos de su crecimiento, estabilidad, solidez o insolvencia.

El comportamiento y evolución de en sector cuya producción y ventas este altamente concentrada en un mínimo de empresas, de hecho estará muy correlacionado con el estudio de lo que le suceda a una o dos empresas en particular, ya que ellas condicionan en la práctica al sector; no así ocurre donde exista un alto grado de competencia, con la presencia de muchas empresas de tamaño similar, donde ninguna es predominante y la suma de ellas determinan el comportamiento sectorial. Con esta orientación, la siguiente gráfica muestra en el eje horizontal el porcentaje acumulado de empresas y el eje vertical el porcentaje acumulado de ventas; la línea vertical que corta con la curva, muestra el porcentaje acumulado de empresas para un nivel de ventas del 80% (valor aproximado); de tal forma que entre más cercana este la línea al origen, mayor será el nivel de concentración y viceversa; es decir mientras más se aleja del origen menos será la concentración.

Gráfico 9. Factor de concentración Sector Alimentos Procesados



En este sector la muestra de EMIS Benchmark contiene 357 empresas con información de ventas, las 20 primeras equivalen al 5,60% del total de empresas y concentran el 69,74% de las ventas.

Tabla 8. Alimentos Procesados Ventas de las Primeras 20 empresas (\$ millones)

No	RazonSocial	Ventas	Acumulado Ventas	Acumulado Empresas	Rentabilidad sobre Ventas	Rentabilidad sobre Patrimonio	Endeudamiento	Utilidad Neta
1	ALIMENTOS CÁRNICOS S.A.S.	1,405,733	8.35%	0.28%	3.5%	9.1%	64.6%	49,459
2	COLOMBINA S.A.	1,298,214	16.07%	0.56%	6.0%	13.6%	54.4%	78,505
3	NESTLE DE COLOMBIA S.A.	1,275,259	23.64%	0.84%	5.3%	24.0%	65.4%	67,838
4	QUALA S.A.	1,033,874	29.78%	1.12%	3.5%	12.8%	64.0%	36,414
5	PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA LTDA	710,158	34.00%	1.40%	4.0%	16.7%	45.6%	28,107
6	SUCESORES DE JOSE JESUS RESTREPO Y CIA S.A.	695,246	38.13%	1.68%	1.3%	3.4%	46.3%	9,024
7	COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S.	640,413	41.94%	1.96%	6.0%	4.4%	32.9%	38,128
8	COMPAÑIA DE GALLETAS NOEL S.A.S.	596,700	45.49%	2.24%	15.7%	9.5%	30.3%	93,806
9	INGRDION COLOMBIA S.A.	550,755	48.76%	2.52%	3.4%	5.2%	20.3%	18,719
10	BIMBO DE COLOMBIA S.A.	434,920	51.34%	2.80%	3.4%	7.8%	42.0%	14,901
11	MONDELEZ S.A.S.	419,670	53.83%	3.08%	-7.3%	-52.9%	77.2%	-30,704
12	BRINSA S.A.	414,099	56.30%	3.36%	7.1%	10.9%	55.2%	29,195
13	GRUPO NUTRESA S.A.	396,587	58.65%	3.64%	95.2%	4.6%	0.9%	377,453
14	COMPAÑIA NACIONAL DE LEVADURAS LEVAPAN S.A.	336,994	60.65%	3.92%	3.1%	6.6%	41.8%	10,502
15	ALIMENTOS POLAR COLOMBIA S.A.S.	287,084	62.36%	4.20%	2.3%	7.5%	55.7%	6,602
16	PRODUCTOS RAMO S.A.	275,177	63.99%	4.48%	-3.2%	-4.9%	28.8%	-8,911
17	ORGANIZACION SOLARTE Y CIA S.C.A.	274,320	65.62%	4.76%	1.5%	2.8%	27.5%	4,057
18	PEPSI COLA COLOMBIA LTDA	248,175	67.10%	5.04%	1.8%	7.5%	53.8%	4,473
19	COLOMBINA DEL CAUCA S.A.	222,981	68.42%	5.32%	14.8%	23.5%	34.5%	32,928
20	PEPSICO ALIMENTOS ZF LTDA	221,446	69.74%	5.60%	24.8%	68.6%	58.4%	54,960

Fuente: EMIS Benchmark

La empresa con el mayor volumen de ventas en el año 2014 fue Alimentos Cárnicos S.A.S. con \$1.405.733 millones, en segundo lugar se encuentra Colombina S.A. con

ventas por \$1.298.214 millones y la tercera empresa más importante es **Nestlé de Colombia S.A.** con ventas por \$1.275.259 millones.

**Alimentos Cárnicos S.A.** es una de las empresas de la división de cárnicos del grupo de alimentos Nutresa, junto con Alimentos Zenú y Setas Colombianas, la división de cárnicos de Grupo Nutresa cuenta con 9 plantas de producción en Colombia, Panamá y Venezuela. Adicionalmente, esta unidad de negocio lidera el mercado de cárnicos en Colombia con una participación del 73.3%.

**Colombina S.A.** es la matriz de un conjunto de empresas productoras de alimentos con más de 80 años de trayectoria en el mercado colombiano. Cuenta con diferentes unidades de negocio a través de las cuales comercializa productos de confitería, galletas, conservas, heladería, entre otros. En la actualidad sus productos son comercializados en más de 70 países.

**Nestlé de Colombia S.A.** es la filial colombiana de la multinacional suiza de alimentos. Presente en el mercado colombiano desde 1944. En la actualidad es la principal compañía de alimentos de origen extranjero en el mercado colombiano a través de la producción y distribución de productos de galletería, cereales para el desayuno, café, entre otros.

El factor de concentración, definido como el porcentaje acumulado de ventas sobre el porcentaje acumulado de empresas, para este sector es de 8.93, que le ubica en el puesto 15 dentro de los 85 sectores considerados.

El factor de concentración permite obtener un ordenamiento de los sectores según su grado de concentración de ventas; de forma que en un sector con una muestra "homogénea" donde teóricamente de no se presente ningún tipo de concentración, el valor del factor sería 1 (50% / 50%).

En cumplimiento del principio de Pareto: el 80% de las ventas está concentrado en el 20% de las empresas, por lo tanto el valor del factor es de 4, alrededor de este número hay un número importante de sectores de la muestra considerada (50% de los sectores tienen un factor de concentración entre 3 y 4, y un 20% inferior a 3). Para

el conjunto de los 85 sectores; el promedio muestra que el 80,29% de las ventas se concentra en el 18,08% del total de las empresas de la muestra.

En el extremo opuesto donde una sola empresa concentrara el 80% de las ventas el valor de factor depende del número de empresas en el sector. Entre mayor sea el número de empresas del sector y en un número reducida de ellas se concentren las ventas, mayor será el factor y viceversa; es decir, que si las ventas las hacen muchas empresas sin que predomine algunas de ellas, menor será el factor de concentración. Si bien este factor permite hacer un ordenamiento válido de los sectores por grado de concentración, debe tenerse en cuenta en su interpretación el número de empresas que conforman la muestra en cada sector y que en algunos casos puede ser igual o estar muy próximo a la población total.

El índice de concentración no pretende establecer el tipo de mercado que predomina en los sectores (monopolio, duopolio, oligopolio, monopsonio, competencia), tan solo facilita el ordenamiento por el grado de concentración de las ventas, en un número determinado de empresas, teniendo en cuenta el número de ellas que lo conforman.

## V. Calificación del Sector - Conclusión

Los 85 sectores para los cuales se dispone de información financiera se han ordenado con base en 6 indicadores considerados como fundamentales en la generación de caja de las empresas: margen operativo, margen neto, endeudamiento, rotación de cartera, rotación de inventarios y crecimiento en ventas. De acuerdo con el puesto relativo obtenido por el respectivo sector o subsector en cada uno de estos indicadores, se ha establecido un indicador promedio que sirve de base para ordenar los sectores en cuartiles, a los que se les asigna consecutivamente una calificación de forma tal que el primer cuartil (calificación 1) reúne el primer 25% de los sectores con los mejores resultados y el cuarto cuartil (calificación 4) reúne el último 25% de los sectores con los resultados menos favorables del conjunto.

---

La posición relativa de cada sector en el total indica el comportamiento general del desempeño financiero, de tal forma que la mejor posición es la del sector 1 y la peor la del sector 85.

Esta clasificación efectuada con base en el desempeño financiero de las empresas del sector, permite en forma objetiva clasificar cada uno de los sectores y evaluar de esta forma su evolución en el conjunto de los sectores.

Este sector se calificó dentro del primer cuartil en 2014 y ocupó la posición 7 en el ordenamiento de los 85 sectores. Este sector pertenece al grupo que reúne al 25% de los sectores con los resultados más favorables del conjunto. Al analizar sus indicadores de endeudamiento es posible ubicar al sector en la posición 12, lo cual se debe a su razón de endeudamiento del 32.6%.

## Anexo 1. Evolución histórica de la principales cifras financieras del sector 2010-2014 (Millones de \$)

Alimentos Procesados	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Tamaño</b>					
<b>Ventas</b>	<b>12,679,825</b>	<b>13,732,002</b>	<b>14,748,509</b>	<b>15,492,506</b>	<b>16,830,959</b>
Activos	18,117,320	19,466,505	21,247,071	23,106,107	25,419,928
Utilidad	822,131	834,803	1,099,271	1,074,038	1,053,048
Patrimonio	12,275,557	13,735,609	15,317,006	15,760,992	17,137,511
<b>Dinamica</b>					
Crecimiento en Ventas	1.05%	8.30%	7.40%	5.04%	8.64%
Crecimiento en Activos	11.07%	7.45%	9.15%	8.75%	10.01%
Crecimiento en Utilidades	10.34%	1.54%	31.68%	-2.30%	-1.95%
Crecimiento del Patrimonio	10.00%	11.89%	11.51%	2.90%	8.73%
<b>Rentabilidad</b>					
EBITDA	1,461,987	1,590,720	1,782,305	1,797,262	1,874,493
Rentabilidad sobre Ventas	6.48%	6.08%	7.45%	6.93%	6.26%
Rentabilidad sobre Activos	4.54%	4.29%	5.17%	4.65%	4.14%
Rentabilidad sobre Patrimonio	6.70%	6.08%	7.18%	6.81%	6.14%
Utilidad Operativa / Ventas (Rentabilidad operativa)	9.07%	8.97%	9.51%	9.05%	8.54%
<b>Endeudamiento</b>					
Endeudamiento	32.24%	29.44%	27.90%	31.79%	32.58%
Apalancamiento	47.59%	41.72%	38.70%	46.60%	48.33%
Pasivo Total / Ventas	46.07%	41.73%	40.20%	47.41%	49.21%
<b>Eficiencia</b>					
Rotación de Cartera	44	41	42	42	46
Rotación de Inventarios	57	57	57	57	60
Rotación de Proveedores	45	43	47	51	53
Ciclo Operativo	101	98	100	99	106
<b>Liquidez</b>					
Razón Corriente	1.34	1.4	1.35	1.26	1.15
Prueba Acida	0.98	0.99	0.93	0.87	0.77
Capital de Trabajo	1,197,416	1,380,102	1,259,749	1,007,443	697,891
Fuente: EMIS Benchmark					

## Anexo 2. Pareto Sectores Económicos 2014

Pareto Sectores Económicos 2014					
No	Sector	Total Empresas	Acumulado Ventas % (A)	Acumulado Empresas % (B)	Factor A/B
1	Combustible y Lubricantes	462	80.1%	2.6%	30.83
2	Telecomunicaciones	265	79.1%	2.6%	29.94
3	Ensamblaje Automotriz	70	83.6%	2.9%	29.26
4	Inversion e Intermediación Financiera	1409	80.0%	2.8%	28.18
5	Almacenes de Cadena	174	79.7%	2.9%	27.74
6	Carbon	138	79.3%	2.9%	27.35
7	Transporte Terrestre de Carga	129	83.4%	3.1%	26.89
8	Azucar	237	78.7%	3.4%	23.31
9	Transporte Aereo de carga y pasajeros	23	95.9%	4.3%	22.05
10	Exploracion y Explotacion Petrolera	156	80.4%	4.5%	17.92
11	Mineria Basica	219	80.5%	5.5%	14.70
12	Cemento y Concreto	82	80.1%	7.3%	10.94
13	Articulos Domesticos	132	79.6%	7.6%	10.51
14	Gaseosas, Cervezas y Bebidas Alcohólicas	62	77.5%	8.1%	9.61
15	Alimentos Procesados	357	80.0%	9.0%	8.93
16	Radio, Television y Cable	156	80.4%	9.6%	8.36
17	Ladrillo, Enchapes y Pisos	40	80.6%	10.0%	8.06
18	Hierro y Acero	70	79.0%	10.0%	7.90
19	Servicios Petroleros	195	79.7%	10.8%	7.40
20	Petroquímica	26	84.6%	11.5%	7.33
21	Vidrio	36	78.2%	11.1%	7.03
22	Lacteos	90	79.6%	12.2%	6.52
23	Café	55	82.4%	12.7%	6.47
24	Agropecuario Basico	475	80.0%	13.5%	5.94
25	Laboratorios Farmaceuticos	157	79.8%	14.0%	5.69
26	Productos Línea Hogar y Aseo	91	80.6%	14.3%	5.64
27	Transporte Terrestre de Pasajeros	48	80.0%	14.6%	5.48
28	Cauchos y Derivados	54	79.9%	14.8%	5.40
29	Servicios Aduaneros y de Carga	160	79.7%	15.0%	5.32
30	Servicios de Información	125	80.1%	15.2%	5.27
31	Alimentos concentrados para animales	45	80.9%	15.6%	5.20
32	Productos Agrícolas y Mineros	285	80.1%	16.1%	4.97
33	Comercio y exportacion de Café	50	77.4%	16.0%	4.83
34	Empresas Generales de Serfvicios	303	80.0%	16.8%	4.76
35	Ingeniería y Obras Civiles	1766	80.0%	17.6%	4.54
36	Cultivos de Palma	63	79.3%	17.5%	4.54
37	Periodicos y Revistas	33	81.2%	18.2%	4.47
38	Generacion y Distribucion de Energia	70	80.3%	18.6%	4.32
39	Construccion y Edificacion	1455	80.0%	18.9%	4.23
40	Quimicos y Derivados	222	80.0%	18.9%	4.23
41	Empresariales Especiales	2105	80.0%	19.2%	4.16
42	Manufacturas Especiales	361	79.9%	19.4%	4.12
43	Pescados y Mariscos	36	79.7%	19.4%	4.10

Fuente: EMIS-Benchmark

Pareto Sectores Económicos 2014					
No	Sector	Total Empresas	Acumulado Ventas % (A)	Acumulado Empresas % (B)	Factor A/B
44	Cuero, Curtiembre y Marrquineria	46	80.1%	19.6%	4.09
45	Actividades Inmobiliarias	2105	80.0%	19.9%	4.03
46	Papel, Carton y Empaques	90	80.5%	20.0%	4.03
47	Confecciones	198	80.1%	20.2%	3.97
48	Molineria	83	79.9%	20.5%	3.90
49	Redes de Comunicación y Sistemas	277	79.8%	20.9%	3.81
50	Calzado	61	80.8%	21.3%	3.79
51	Minoristas Generales	1048	80.0%	21.2%	3.77
52	Carroceria y Autopartes	61	79.8%	21.3%	3.74
53	Electrodomesticos	32	81.9%	21.9%	3.74
54	Tinturas y Pinturas	47	79.6%	21.3%	3.74
55	Droguerías y Cosméticos	297	80.1%	21.5%	3.72
56	Actividades de Informática	289	80.0%	21.8%	3.67
57	Servicios Personales	683	80.0%	21.8%	3.67
58	Ganadero	314	80.1%	22.0%	3.65
59	Materiales y Equipo	504	80.0%	22.2%	3.60
60	Textil, Confeccion y Calzados	531	80.0%	22.4%	3.57
61	Vehículos	396	80.1%	22.7%	3.52
62	Hotelería y Turismo	359	80.0%	22.8%	3.50
63	Metalmeccanico	343	80.1%	23.0%	3.48
64	Avicola	103	80.1%	23.3%	3.44
65	Textil	314	80.1%	23.6%	3.40
66	Maderas y Muebles	250	80.0%	23.6%	3.39
67	Recreacion y Restaurantes	215	79.9%	23.7%	3.37
68	Equipos Hidraulicos y Electricos	70	80.5%	24.3%	3.31
69	Mayoristas Generales	1288	80.0%	24.2%	3.30
70	Asesorías Empresariales	125	80.2%	24.8%	3.23
71	Impresión y Artes Graficas	221	79.9%	26.2%	3.04
72	Plasticos y Empaques	373	79.9%	26.8%	2.98
73	Ferreterías	722	80.0%	26.9%	2.98
74	Grasas y Aceites	56	79.4%	26.8%	2.97
75	Libros y Publicaciones	62	79.7%	27.4%	2.91
76	Articulos Domesticos por Menor	185	79.9%	28.1%	2.84
77	Agencias de Viajes	60	79.6%	28.3%	2.81
78	Productos Quimicos	51	80.0%	29.4%	2.72
79	Banano	126	80.1%	30.2%	2.66
80	Autopartes y Repuestos	487	80.1%	30.2%	2.65
81	Productos Alimenticios	167	80.1%	30.5%	2.62
82	Maquinaria y Equipo	138	79.8%	32.6%	2.45
83	Carnes	76	80.4%	34.2%	2.35
84	Flores	211	80.0%	35.5%	2.25
85	Sanamiento Ambiental	30	81.0%	36.7%	2.21

Fuente: EMIS-Benchmark

---

## Contact

Corporate Headquarters  
Nestor House  
Playhouse Yard  
London EC4V 5EX  
UK  
Voice: +44 207 779 8471  
Fax: +44 207 779 8224

Americas Headquarters  
225 Park Avenue South  
New York, New York 10003  
US  
Voice: +1 212 610 2900  
Fax: +1 212 610 2950

Asia Headquarters  
Eucharistic Congress Bldg. No. III  
4th Floor, 5 Convent Street  
Mumbai 400 001  
India  
Voice: +91 22 22881123  
Fax: +91 22 22881137



## Disclaimer:

The material is based on sources which we believe are reliable, but no warranty, either expressed or implied, is provided in relation to the accuracy or completeness of the information. The views expressed are our best judgment as of the date of issue and are subject to change without notice. EMIS and Euromoney Institutional Investor PLC take no responsibility for decisions made on the basis of these opinions.

Any redistribution of this information is strictly prohibited. Copyright © 2014 EMIS, all rights reserved. A Euromoney Institutional Investor company.

## About EMIS Insight

EMIS Insight is a unit of EMIS that produces proprietary strategic research and analysis. The service features market overviews, industry trend analysis, legislation and profiles of the leading sector companies provided by locally-based analysts.

## About EMIS

Founded in 1994, EMIS (formerly known as ISI Emerging Markets) was acquired by Euromoney Institutional Investor PLC in 1999. EMIS works from over 15 offices around the world to deliver electronic information products, by subscription, to institutional customers globally. EMIS provides hard-to-get information covering more than 100 emerging markets. Its flagship products are EMIS Intelligence and EMIS Professional.

EMIS clients include top investment banks, corporations, law firms, consultants, investment and insurance companies, universities and libraries, multilateral organisations, and others.