

RK 07	RK 06	Empresario/ Empresas bajo su control	Poder económico <sup>1</sup>	PODER DE MERCADO					
				Tamaño		Impacto financiero		Impacto laboral	
				Ventas \$ Mill.	Participación de mercado % <sup>2</sup>	Cap. bursátil \$ Mill.	Volumen negociado \$ Mill.	Personal	Var. 05/06%
76	nf	<b>Carlos Flores Núñez</b> Grupo Editorial Notmusa <sup>®</sup>	0.6	1,134.9	10.6	na	na	1,027	20.3
77	65	<b>Roberto Albarrán Campillo</b> Jugos del Valle	0.5	4,998.0	1.3	3,705.3	67.6	4,198	25.2
78	nf	<b>José Medina Mora</b> Compusoluciones <sup>®</sup>	0.5	1,432.7	6.2	na	na	292	0.0
79	nf	<b>Antonio Guerra Autrey</b> Grupo Marítimo Industrial <sup>®</sup>	0.5	1,337.2	0.5	na	na	1,271	-7.6
80	56	<b>Jaime Rivero Santos</b> Grupo Financiero Banregio	0.4	2,702.0	0.8	na	na	1,174	33.4
81	75	<b>Antonio Madero Bracho</b> SANLUIS Rassini	0.4	6,854.4	2.6	796.8	33.5	5,190	-8.6
82	nf	<b>Pablo González Carbonell</b> Grupo Costamex <sup>®</sup>	0.4	1,372.3	9.8	na	na	2,598	6.2
83	81	<b>Misael Uribe Esquivel y Manuel Martínez López</b> Médica Sur	0.4	1,236.6	15.2	1,831.6	29.4	1,472	4.2
84	83	<b>Alberto Garza Santos</b> Promotora Ambiental	0.4	2,154.8	51.2	2,409.2	667.2	5,283	29.1
85	89	<b>Raymundo, Armando, Alfonso y Guillermo Gómez Flores</b> Grupo Minsa	0.4	2,460.0	0.8	1,346.8	53.7	1,413	2.9
86	45	<b>Carlos Hank Rhon</b> Interacciones Grupo Financiero	0.4	3,122.8	0.9	na	na	1,018	12.0
87	nf	<b>Juan Francisco Ealy Ortiz</b> El Universal <sup>®</sup>	0.4	1,723.7	16.1	na	na	2,450	-19.1
88	85	<b>Guillermo Elizondo Collard</b> Grupo Ceres <sup>®</sup>	0.4	1,000.0	6.3	na	na	985	7.1
89	74	<b>Guillermo Cantú Charles y Ramiro Cantú Charles</b> Grupo Gayosso <sup>®</sup>	0.3	1,179.6	100.0	na	na	3,086	14.0
90	nf	<b>Miguel Quintana Pali</b> Grupo Xcaret <sup>®</sup>	0.3	1,002.5	8.8	na	na	2,491	39.4
91	nf	<b>Julio César Villarreal</b> Grupo Financiero Afirme	0.2	2,249.0	0.6	na	na	948	130.7
92	88	<b>Eloy Vallina Lagüera</b> Grupo Accel	0.2	1,564.1	49.5	409.3	1.2	1,482	5.7
93	60	<b>Daniel Becker Feldman</b> Grupo Financiero Mifel	0.2	1,828.0	0.5	na	na	544	17.0
94	nf	<b>Juan Antonio Cortina Gallardo</b> Grupo Azucarero México <sup>®</sup>	0.1	2,364.6	14.9	na	na	2,175	0.7
95	47	<b>José Francisco Serrano Segovia</b> Grupo Transportación Marítima Mexicana	0.1	2,682.9	10.9	1,657.6	4.6	5,055	1.1
96	72	<b>Moisés Saba Masri</b> Unefon	0.1	3,389.6	1.2	7,548.4	0.0	1,492	-27.1
97	nf	<b>Gustavo de la Garza Ortega</b> Marcatel, Radio Beep <sup>®</sup>	-0.1	1,377.9	0.7	na	na	681	-9.1
98	68	<b>Héctor Lagos Cué y Héctor Lagos Dondé</b> Grupo Financiero Monex	-0.3	2,019.0	0.6	na	na	1,400	11.0
99	63	<b>José Antonio Rivero Larrea</b> Compañía Minera Autlán <sup>®</sup>	-0.3	1,597.5	1.5	889.4	111.2	1,482	5.7
100	100	<b>Rodolfo García Muriel</b> Compañía Industrial Parras	-0.5	1,295.7	35.9	342.8	0.4	1,822	-28.2

ÉXITO ECONÓMICO					POTENCIAL FUTURO				Comentarios	Rk 07
Crecimiento	Resultados		Rentabilidad		Expectativas mercado		Expectativas crecimiento			
Ventas Var. 05/06%	Utilidad neta \$ Mill.	Var. 05/06%	ROE %	Acción Var. %	P/U Marzo 07	Perspectiva 2007 <sup>3</sup>	Activo/Deuda Veces	Liquidez corriente Veces		
30.7	43.8	253.9	53.8	na	na		1.2	10.5	De manos de TV Notas, la revista más leída de México, y del lanzamiento del vespertino El Centro, Carlos Flores debuta en nuestro especial. Su rentabilidad sí que sorprende.	76
4.4	-313.2	na	-56.6	202.4	-12.3	↓	1.3	0.8	Dice adiós a los 100 empresarios ante la inminente compra por parte de Femsa y Coca-Cola. Y se despide con incongruencias. Presenta pérdidas y su acción requiere de explicaciones ante la BMV.	77
26.0	30.9	195.0	20.6	na	na		1.7	1.6	El mayorista de soluciones de TI ocupa por primera vez la posición 78 de nuestro ranking. La reciente representación de ProCurve, de su aliado HP, podría hacerlo subir posiciones rápidamente.	78
22.9	10.7	-72.1	23.8	na	na		3.4	2.0	El empresario más conocido por su atún Tuny se diversifica. Incorpora productos avícolas con el fin de mejorar su mezcla de productos y capear el alto precio del atún.	79
11.9	336.0	30.2	15.4	na	na		na	na	El tercer grupo financiero de Monterrey no pudo repetir el crecimiento de 2005, cuando aumentó sus ventas en 50%. Sin embargo empieza a enfocarse en consumo, lo más rentable.	80
0.4	-218.7	na	-20.5	1.9	-4.0	↓	1.6	1.1	El acero vuelve a impactar las utilidades de Madero Bracho. No crece y sus pérdidas empeoran. Ni los reconocimientos internacionales salvan a este grande de las autopartes.	81
12.5	375.3	na	21.5	na	na		1.8	1.9	Royal Holiday enfrenta la férrea competencia de grupos internacionales. Logra revertir sus pérdidas y aumenta su capacidad en Sudamérica, tras firmar con un grupo brasileño.	82
15.6	194.3	34.5	16.0	21.1	10.9	→	3.5	0.8	Su incremento en ventas y en utilidades no son suficientes para hacerlo escalar posiciones. Sin embargo, la estrategia promete. Atender al segmento medio y salir del DF podría cambiar la historia.	83
2.8	40.3	-72.0	2.6	-9.3	77.4	→	2.5	1.9	Luego de tocar fondo en la BMV, se levanta y se perfila como uno de los grandes de los residuos. Gana licitaciones, sale de compras y planea emitir bonos verdes.	84
11.2	143.9	-68.1	7.5	0.0	9.1	→	6.6	2.1	Aunque crece, las utilidades del segundo productor de harina son afectadas por el alza del maíz. Anuncia mejoras en los procesos para subsanar lo que ya parece permanente.	85
8.1	444.0	125.9	21.5	na	na		na	na	El menor dinamismo de sus ingresos, que en 2005 aumentaron en casi 60%, desplazan a una parte del imperio de Hank Rhon al final de la tabla.	86
10.4	46.2	-30.8	5.9	na	na		2.0	1.2	A cargo de uno de los periódicos más influyentes del país, el empresario muestra una discreta rentabilidad, lo que podría empeorar con el lanzamiento de El Centro.	87
17.5	52.6	56.7	11.7	na	na		2.0	1.3	El agroindustrial se protege ante la apertura del comercio de granos dispuestos en el tuc con su para 2008. Se diversifica y potencia sus servicios de alto valor agregado.	88
5.9	378.2	20.6	20.8	na	na		1.8	0.8	El grupo que detenta 25% del mercado funerario no crece lo suficiente para subir posiciones. Planea invertir en el centro y norte del país e incluso entrar a Centroamérica, lo que le daría nueva vida.	89
7.1	165.1	203.2	24.0	na	na		2.1	2.1	Quintana Pali estrena con discretas ventas y gran utilidad. El desafío del crecimiento podrían ser los cruceros. El olvidado proyecto Home Port podría traer a 10,000 turistas diarios a sus parques.	90
3.4	72.0	-30.6	4.6	na	na		na	na	Con una estrategia en tarjetas de crédito a costos significativamente menores que su competencia, el grupo procura aumentar su cartera de crédito de consumo, de mejores márgenes.	91
1.6	7.6	-64.2	0.7	28.9	65.2	↓	3.0	1.1	La manufacturera y operadora logística cae. Ni sus ventas ni sus utilidades soportan la variación de su acción, que aumenta debido a su baja bursatilización.	92
2.8	144.0	7.6	10.9	na	na		na	na	Su estrategia de enfocarse en créditos comerciales e hipotecarios no le permite crecer al ritmo de sus competidores. El consumo parece ser inevitable.	93
-4.6	384.1	na	26.4	na	na		1.6	1.7	El flamante presidente de la Cámara Nacional de la Industria Azucarera y Alcohólica, revela su intención de producir etanol y cogenerar energía eléctrica. Todo un estreno en el ranking.	94
-15.8	767.9	-56.9	37.9	-27.3	2.5	↑	1.4	1.7	La otrora endeudada compañía de Serrano Segovia ve la luz. Sus deudas disminuyen y vuelven las ganancias. Sin embargo, baja posiciones debido a las variaciones de sus ventas y utilidades.	95
-9.2	148.8	-92.4	3.1	0.0	2.7	↑	3.5	1.5	Vuelan los aires de fusión, con lo que junto a su socio Salinas Pliego, lograrían un mejor tamaño que desplazaría a Movistar del segundo lugar. La unión hace la fuerza.	96
-8.6	-15.3	na	-1.8	na	na		1.7	0.7	La regiomontana ya ofrece el servicio de Triple Play al aliarse con TV Cable Digital. Sin embargo, la convergencia aún no muestra sus frutos. Sus ingresos no crecen. Habrá que esperar.	97
-23.3	302.0	32.6	34.4	na	na		na	na	Sus ambiciosos planes de expansión a EU y América Latina, además de un banco y una afore, prometen revertir la pérdida de posiciones. Pero necesitará endeudarse o abrirse a Bolsa.	98
-23.8	29.4	-85.5	1.6	-28.0	47.7	→	3.1	1.7	El cierre de uno de sus hornos no permitió a la minera aprovechar los altos precios del acero. Su pronta puesta en marcha y un plan de inversiones de 40 mdd pretenden cambiar la historia.	99
-29.7	-469.4	na	-38.0	13.3	-0.6	↓	2.8	1.5	En un sector que ha recibido los embates de la competencia asiática, la textilera de García Muriel aún sobrevive pero decrece en 30% y sus pérdidas indican que no resistirá para siempre.	100

Ver metodología; <sup>2</sup>Calculada sobre las 500 empresas 2006; <sup>3</sup>Consenso de casas de bolsa. ↑comprar, →mantener, ↓vender; <sup>a</sup>auditado; <sup>e</sup>estimado; <sup>p</sup>preliminar; **na** no aplica; **nd** no disponible

## METODOLOGÍA

RANKING LOS 100 EMPRESARIOS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO

El ranking de Los 100 empresarios más importantes de México mide el 'poder económico' de los hombres de negocios mexicanos a través de las principales empresas que controlan. De esa manera, el ranking no mide riqueza sino el aumento y la disminución del 'poder económico', describiendo éste a través de los indicadores de 'poder de mercado' y 'éxito económico', es decir, la forma como los empresarios 'crean' y 'recrean' el conjunto de sus compañías, respectivamente, y que será explicado más adelante.

El universo que tomó en cuenta fue de 268 empresarios, seleccionados por el tamaño de las compañías que controlan. Se consideraron empresas que negocian sus acciones y deuda en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y a las empresas privadas que entregaron sus datos de ventas, utilidades, activos, pasivos y la información del número de empleados.

### I-PODER DE MERCADO (50%)

Este indicador se compuso a través de tres subindicadores con las respectivas ponderaciones (entre paréntesis): Tamaño (40%), Impacto financiero (40%) e Impacto laboral (20%).

**TAMAÑO:** Se ranqueó a los empresarios según el volumen de las ventas de sus empresas a diciembre de 2006, y se ajustó en 25%, de acuerdo con la participación de las ventas en los distintos sectores, de un total de 681 compañías. El ajuste de acuerdo con la participación de ventas es un aproximado de participación de mercado, que permite determinar el peso relativo del empresario en su sector. En los casos en que sólo se tenían las cifras de 2005, se estimaron para 2006 a través de la variación del PIB y de la inflación.

**IMPACTO FINANCIERO:** Se ranqueó a los empresarios según la suma de las capitalizaciones bursátiles de sus empresas, ajustada en 25% por su bursatilidad (montos negociados por la compañía / capitalización bursátil de la compañía) y en 100% por su participación de las transacciones de la BMV (montos negociados de la compañía / transacciones totales de la BMV). Estos ajustes permiten determinar exactamente el impacto relativo real de las empresas de un determinado hombre de negocios sobre los mercados financieros, específicamente sobre el mercado de valores mexicano.

**IMPACTO LABORAL:** Se realizó considerando el número total de empleados en nómina y de outsourcing de las diversas compañías del empresario. En los casos de empresas que no están abiertas a la Bolsa o que no tenían transacciones en 2006, se consideró que no poseen 'Impacto financiero', por lo que se le asignó cero a la variable.

### II-ÉXITO ECONÓMICO (50%)

Este indicador también se compuso a través de tres subindicadores con las respectivas ponderaciones (entre paréntesis): Crecimiento (50%), Resultados (25%) y Rentabilidad (25%).

**CRECIMIENTO:** Este subindicador se compuso en 95% de la variación de ventas en dinero (moneda nacional) entre 2005 y 2006, y en 5% de la variación porcentual de esta variable en el mismo periodo. De esta forma, se evitan los sesgos generados por datos externos y que se desvían demasiado del promedio. Es importante destacar que estas variables, al igual que todas las otras que se utilizaron para ranquear a los empresarios, corresponden al total de las empresas en las que cada hombre de negocios tiene el control.

**RESULTADOS:** Se elaboró considerando el monto de la utilidad neta de 2006 en moneda nacional.

**RENTABILIDAD:** Se obtuvo de la variación porcentual del precio de la acción de la empresa entre 2005 y 2006, ajustando en 100% por el monto total de las transacciones bursátiles de la compañía en la BMV. De esta manera, se elimina cualquier sesgo generado por movimientos accionarios que no tienen bursatilidad o en que ésta es demasiado baja. En los casos de empresas que no están en la Bolsa o que no tenían transacciones en 2005, se consideró que el indicador 'Rentabilidad' no impacta al 'poder de mercado' del empresario, por lo que se asignó el valor cero.

Finalmente, para estandarizar las diversas variables y construir los indicadores y subindicadores, se llevó todo a base 100, armonizando previamente las bases originales en las que están expresados los datos. Así, se evitó cualquier tipo de riesgo generado por escalas y series de datos con una varianza demasiado amplia y que pudieran distorsionar las mediciones.