

2013 | INFORME ANUAL

ANNUAL REPORT

MELO



CONTENIDO - CONTENTS

Mensaje del Presidente Message from the President	4
Información Financiera Financial Summary	12
Grupo Melo Grupo Melo	24

GRUPO COMERCIAL COMMERCIAL GROUP

División Almacenes Stores Division	27
División Restaurantes Restaurant Division	31
División Maquinaria Machinery Division	33
División Bienes Raíces Real Estate Division	36

26

GRUPO ALIMENTOS FOODS GROUP

División Alimentos - Piensos Foods - Animal Feed Division	41
División Alimentos - Producción Foods - Production Division	42
División Alimentos - Procesamiento / Mercadeo Foods - Processing and Marketing Division	45
División Alimentos - Valor Agregado Foods - Value Added Division	47

40

GRUPO CORPORATIVO CORPORATE GROUP

Responsabilidad Social Empresarial Corporate Social Responsibility	52
Colaboradores de Grupo Melo Grupo Melo's Workforce	58
Ambiente Environment	59

50



Mensaje del Presidente - Message from the President

Mucho me complace informar que el año 2013 superó al año anterior en utilidades y ventas para ser, una vez más, el mejor año en la historia de Grupo Melo. Las ventas alcanzaron B/.399.8 millones en 2013, un aumento del 7.25% sobre las ventas de B/.372.8 millones en 2012 y las utilidades llegaron a B/.19.6 millones, un aumento del 3.2% por encima de las utilidades de B/.19.0 millones en 2012.

Nuestro grupo hará todos los esfuerzos necesarios para que el año 2014 supere el 2013, pero hay muchos factores en el entorno que pueden hacer difícil esta tarea. El año 2014 será uno de elecciones generales y estos eventos usualmente causan un auge económico ficticio, antes de las elecciones, y una desaceleración, después de las elecciones. El gobierno que termina el 30 de junio del 2014 ha hecho numerosas inversiones durante su período de cinco años, muchas de las cuales tienen costos billonarios, como la Cinta Costera 3 y el Metro, las que posiblemente no generarán ingresos o generarán ingresos muy bajos en relación a sus costos de amortización y operación.

Las proyecciones del Producto Interno Bruto de Panamá para el año 2014 indican una disminución en el crecimiento. Europa parece no recuperarse de la crisis económica que se inició hace varios años, a excepción de Alemania. La economía China continúa creciendo, pero a un ritmo decreciente. Lo mismo ocurre con la economía India, pero con un crecimiento aún más lento que el de la China. Brasil, en la América Latina, virtualmente ha parado el crecimiento de su economía. Los Estados Unidos tampoco ha logrado hacer crecer su economía significativamente.

Panamá está sufriendo en la actualidad un fenómeno que pudiera denominarse la "Parábola de las Cinco C's" el cual está afectando a toda nuestra economía, sobre todo, la economía del sector agropecuario, el cual es de vital importancia para el futuro de nuestro país y de nuestro grupo empresarial. El gobierno que terminará su gestión el 30 de junio de 2014 ha hecho dos aumentos en el salario mínimo y ha declarado que "ahora tenemos el salario mínimo más alto de la América Latina". Estos aumentos en salarios mínimos son en realidad aumentos generales de salarios. Al subir los salarios mínimos, las empresas se ven forzadas a también aumentar los salarios de sus demás trabajadores y mantener la jerarquía dentro de su organización. Esta misma razón también las obliga a aumentar los salarios de los ejecutivos, convirtiéndose así los aumentos en salarios mínimos en aumentos generales de salarios.

I am delighted to report that the year 2013 exceeded the previous year in profits and sales to be, once again, the best year in the history of Grupo Melo. Sales reached \$ 399.8 million in 2013, an increase of 7.25% over sales of \$ 372.8 million in 2012 and profits were \$ 19.6 million, an increase of 3.2% over the profits of \$ 19.0 million in 2012.

Our group will make all the necessary efforts so that the year 2014 exceeds 2013, but there are many factors in the environment that can make this task difficult. The year 2014 will be a general election year and these events usually cause a fictitious economic boom, before the elections, and a slowdown, after the elections. The Government ending on June 30th, 2014 has made numerous investments during the five years period, many of which have billionnaire costs, as the Coastal Belt Line 3 and the Metro, which possibly will not generate income or generate very low incomes in relation to their operating and depreciation costs.

Projections of Panama's Gross Domestic Product for 2014 indicate a decrease in growth. Europe seems not to recover from the economic crisis that began several years ago, except for Germany. China's economy continues to grow, but at a decreasing rate. The same goes for the Indian economy, but slower than the growth of China. Brazil, in Latin America, has virtually stopped the growth of its economy. The United States economy has also failed to grow significantly.

Panama is currently experiencing a phenomenon that could be called the "Parable of the Five C's" which is affecting our entire economy, especially the economy of the agricultural sector, which is vital to the future of our country and our business group. The Government ending its public management on June 30, 2014 has made two increases in the minimum wage and has said that "now, we have the highest minimum wage in Latin America." These increases in minimum wages are in fact general wage increases. By raising the minimum wage, companies are forced to also increase the wages of its other employees and maintain the hierarchy within their organization. This same reasoning also requires them to raise the salaries of executives, thus, making the increases in minimum wage increases, general wage increases.

A professional portrait of Arturo D. Melo, S. He is a middle-aged man with a mustache, wearing glasses, a dark suit, a light blue shirt, and a striped tie. He is smiling and looking directly at the camera.

Arturo D. Melo, S.

Presidente y CEO Grupo Melo > Grupo Melo's President and CEO

**"PANAMÁ ESTÁ SUFRIENDO EN LA
ACTUALIDAD UN FENÓMENO QUE
PUDIERA DENOMINARSE LA
"PARÁBOLA DE LAS CINCO C's" EL
CUAL ESTÁ AFECTANDO A TODA
NUESTRA ECONOMÍA"**

Panama is currently experiencing a phenomenon that could be called the "Parable of the Five C's" which is affecting our entire economy.

“ESTOS AUMENTOS EN SALARIOS MÍNIMOS SON EN REALIDAD AUMENTOS GENERALES DE SALARIOS”

These increases in minimum wages are in fact general wage increases

Las empresas, siempre bajo la mira de sus accionistas, banqueros y acreedores, sin existir aumentos en la productividad de sus empleados, no tienen más alternativas que trasladar estos aumentos generales de salario a sus precios. Aquí se inicia el fenómeno de “La Parábola de las cinco C's”. Es cierto que estos aumentos generales de salarios, no cubiertos por aumentos en productividad, hacen subir el costo de la llamada “Canasta Básica de Alimentos”, la primera de las cinco C's, pero como el aumento de salarios es general, pone en manos de los asalariados muchos más fondos adicionales que el aumento en precios de la “Canasta Básica”. No debieran tener ningún problema para poder comprar esta canasta.

Pero aquí entran en acción las cuatro C's negativas para capturar dichos fondos adicionales. La segunda “C” es la Cerveza, totalmente en poder de empresas multinacionales extranjeras en la actualidad. Estas empresas, a través de costosas y efectivas compañías publicitarias, promueven el consumo de la cerveza, y algunas de las televisoras que transmiten sus programas publicitarios, con gran frecuencia denuncian el aumento, ficticio o real, de precios de productos agropecuarios de nuestras campañas. La tercera “C” son los Celulares, una nueva tecnología de reciente creación, que su conveniencia, y las campañas publicitarias de las empresas vendedoras de su “aire”, han convertido en una necesidad equivocadamente tal vez más importante que los alimentos. La Cuarta “C” es otra innovación tecnológica de reciente creación: el Cable de Televisión, una facilidad que promueve la publicidad y que nadie cuestiona cuando sube de precios.

Companies, always under the sight of their shareholders, bankers and creditors, without any increases in the productivity of their employees, have no alternatives but to transfer these general wage increases to their prices. Here begins the phenomenon of “The parable of the five C's.” It is true that these general wage increases, not covered by increases in productivity, drive up the cost of the so-called “Basic Food Basket [Canasta Básica Familiar], the first of the five C's, but as wage increases are general, it puts in the hands of employees additional funds than the increase in price of the “basic basket.” They should not have any problem in order to purchase this basket.

But here come into action the four negative C's to capture such additional funds. The second C is Beer [Cerveza], completely in the hands of foreign multinational companies nowadays. These companies, through expensive and effective advertising campaigns, promote the consumption of beer and some of the TV stations that broadcast their advertising programs, often denounce fictional or real price increase of agricultural products of our countryside. The third C is “Cellphones” [Celulares] a new technology of recent creation, their convenience and advertising campaigns for companies selling their “air,” have become a necessity mistakenly perhaps more important than food. The fourth “c” is another technological innovation of recent creation: “Cable Television” [Televisión por Cable], a facility that promotes advertising and nobody is questioning its increasing or rising prices.

La quinta "C" es la peor de todas, que no solo le quita los aumentos de salarios a los que trabajan, sino que hasta los enferma. Se trata de los Casinos. Estos establecimientos han hecho que los ingresos de la Lotería Nacional de Beneficencia, cuyas utilidades van directamente y en su totalidad a las arcas del estado, hayan crecido en las últimas décadas mucho más lentamente que los ingresos de los casinos privados. Los casinos fueron introducidos como servicios turísticos para los hoteles, pero hoy, no sólo los hay en los hoteles, sino que se han proliferado por los barrios más pobres de nuestras comunidades en algunos de los cuales hay dos y hasta tres casinos, quitándoles sus ingresos adicionales a nuestros asalariados y enfermándolos de ludopatía. Uno de nuestros grandes dirigentes de esta nación, hace muchos años, Belisario Porras, nacionalizó la lotería. Cuándo tendremos otro adalid que combata la ludopatía, cierre los casinos en los barrios pobres y restrinja los demás a los hoteles turísticos? Esta es la parábola de las 5 C's: Del suceso fingido de la culpabilidad del sector agropecuario sale la verdad importante de la corrupción moral.

Cuando esto ocurra, dejarán de decir nuestros asalariados: "Qué cara está la canasta básica", se salvará y progresará nuestro sector agropecuario y tendremos asegurada la alimentación de nuestras generaciones futuras, que sólo se asegura con producción nacional, en un mundo con una creciente población, como lo demuestran las siguientes cifras:

Población Mundial en 1990:	5.3 Billones de personas
Población Mundial en 2008:	6.7 Billones de personas
Población Mundial estimada en 2025:	8.0 Billones de personas
Población Mundial estimada en 2025:	10.0 Billones de personas

Se calcula que un billón de personas en la actualidad sufren de hambre crónica en el mundo. Cuántos de estos están en nuestro país y cuantos más estarán si permitimos que las cuatro C's negativas destruyan nuestro sector agropecuario? Jonathan A. Foley, Profesor de la Universidad de Minnesota, trazó un plan de cinco puntos para alimentar al mundo, publicado en 2011 en "Scientific American", cuyo resumen es el siguiente:

The fifth "C" is the worst of all; it not only takes away wage increases from workers, but also from sick people. It is Casinos. These establishments have made that revenues from the National Lottery, whose profits go directly and entirely to the State coffers, have grown much more slowly in recent decades slowly than income from private casinos. Casinos were introduced as tourist services for hotels, but today, not only they are in the hotels, but have proliferated around the poorest neighborhoods of our communities, having in some of them, two and up to three casinos, taking away additional income from our wage earners and making them addicted to gambling. Many years ago, one of the great leaders of this nation, Belisario Porras, nationalized the lottery. When will we have another champion to combat compulsive gambling, close the casinos in poor neighborhoods and restrict others to the tourist hotels? This is the parable of the 5 C's: fake event from guilt in the agricultural sector comes out the important truth of moral corruption.

When this happens, our wage earners will stop saying: "how expensive the basic food basket is", our agricultural sector will be saved and it will improve. We will have secured the food of future generations, which it is only ensured with domestic production, in a world with a growing population, as evidenced by the following figures:

World Population in 1990: 5.3 Billion people
World Population in 2008: 6.7 Billion people
Estimated World Population in 2025: 8.0 Billion people
Estimated World Population in 2025: 10.0 Billion people

It is estimated that a billion people currently suffer from chronic hunger in the world. How many of these are in our country and how many more will be, if we allow that the four negative C's destroy our agricultural sector? Jonathan A. Foley, Professor at the University of Minnesota, drew up a five-point plan to feed the world, published in 2011 in "Scientific American," the summary is as follows:

1. Disminuir primero y luego detener la expansión de la frontera agropecuaria. El planeta necesita preservar sus bosques tropicales y sus sabanas.
2. Cerrar la brecha mundial de los rendimientos de las cosechas mejorando la genética de los cultivos y la administración de los mismos, y llevando las siembras de bajo rendimiento a su máximo potencial de rendimiento.
3. Maximizar la eficiencia del uso del agua, los fertilizantes y la energía.
4. Reducir el consumo de carnes en las dietas, alimentando a los seres humanos directamente con el producto de las cosechas, sin usar parte de dichas cosechas para la alimentación de animales de cría.
5. Reducir el desperdicio de alimentos. Se calcula que el 30% de los alimentos producidos en el planeta se botan, pierden, dañan o son consumidos por insectos u otras plagas.

Es una realidad que nuestro Grupo está involucrado directa o indirectamente en la producción y mercadeo de alimentos en casi todas sus Divisiones. Debemos seguir mejorando la productividad de estas gestiones y progresivamente dirigirnos también hacia otros horizontes. Todas las formas de energía que se usan en el planeta provienen de nuestra estrella, el sol, a excepción de la energía nuclear. El carbón y el petróleo son combustibles fósiles, provenientes de bosques de lejanas épocas, que crecieron gracias a la energía solar. Los vientos se originan en diferenciales de calentamiento producidos por energía solar en distintas áreas del planeta. La energía hidroeléctrica es producida por aguas que se evaporaron por la acción de la energía solar y luego se condensaron y cayeron como lluvias sobre las montañas.

Últimamente se ha comenzado a usar directamente la energía solar para generar energía eléctrica y esto es un nuevo horizonte en el que nuestro grupo se involucrará en el 2014. Nuestra posición geográfica, cercana al ecuador, hace que nuestra variación entre la noche y el día sea de sólo aproximadamente 30 minutos en el año. En otras latitudes se llega a tener días de 24 horas y noches de 24 horas. No tenemos carbón, ni petróleo y la energía del viento tiene grandes variaciones que hacen que su uso sea limitado en los sistemas de distribución. De energía hidroeléctrica solo nos quedan por desarrollar aproximadamente 400 megavatios, 220 de los cuales están incluidos en el proyecto Changuinola II. Nuestro patrón de consumo eléctrico, debido al alto uso del aire acondicionado, hace que se consuma más energía eléctrica de día, y cuando brilla el sol, que de noche, lo cual reduce el costo de la energía solar, por poder vender al sistema toda la energía que se genera de día y no tener que acumularla en costosas baterías, para venderla de noche.

1. Lower first and then stop the expansion of the agricultural frontier. The planet needs to preserve its tropical forests and its savannas.
2. Close the global gap in crop yields by improving crop genetics and the administration thereof, and bringing underperforming crops to its full performance potential.
3. Maximize the use of water, fertilizers and energy efficiency.
4. Reduce consumption of meat in diets, feeding human beings directly with the product of the harvest, without using part of these crops for feeding livestock.
5. Reduce food waste. It is estimated that 30% of food produced in the world gets tossed, lost, damaged or is consumed by insects or other pests.

It is a fact that our group is directly or indirectly involved in the production and marketing of food in almost every division. We must continue to improve the productivity of these efforts and progressively move towards other horizons. All forms of energy used in the world come from our star, the Sun, with the exception of nuclear energy. Coal and petroleum are fossil fuel coming from forests from distant times, which grew thanks to solar energy. Winds originate from differential of heating produced by solar energy in different areas of the planet. Hydropower is produced by water that evaporated by the action of solar energy and then condensed and fell as rain on the mountains.

Lately, people have begun to directly use solar energy to generate electricity and this is a new horizon in which our group will engage in 2014. Our geographical position close to the equator makes our variation between night and day only about 30 minutes in the year. Elsewhere one gets to have 24-hour days and nights of 24 hours. We have no coal, or oil and wind power has large variations that make its use limited in distribution systems. Hydroelectric power we only have 400 megawatts left for development, 220 of which are included in the Changuinola II project. Our pattern of electricity consumption, due to the high use of air-conditioning, increases our consumption of electricity during the day, and when the sun shines, that at night, thereby reducing the cost of solar energy, to sell to the system all of the energy that is generated during the day; so, we do not have to accumulate it in expensive batteries to sell it at night.

Para los próximos 3 años se proyectan significativos faltantes en la capacidad de generación eléctrica. Por todas estas razones, nuestro grupo construirá en 2014 una planta piloto de generación de energía eléctrica con luz solar en nuestros terrenos de la Mesa de Pacora, cercanos a la ciudad de Panamá, a un costo de B/.2 millones. Esta planta usará 2 hectáreas de terreno de las 500 que tiene el Grupo en Pacora. Los otros nuevos horizontes que estamos estudiando accesos son la expansión de nuestros exitosos Restaurantes Pío Pío, Almacenes Agrícolas y Almacenes de Pet and Garden a otras tierras. También se estudia la creación de una nueva cadena de almacenes similares administrativamente a estas cadenas. El presupuesto de inversiones del Grupo para 2014 es similar al del 2013, gracias a que en dicho año todas nuestras Divisiones Operativas incrementaron sus ventas y utilidades, a excepción de la División Bienes Raíces, en la cual se está cambiando la venta de lotes, a la preventa de complejos residenciales de montaña con amenidades. En nuestros almacenes Pet's Market en Costa Rica continuamos teniendo resultados inferiores a los anticipados, pero se han introducido significativos cambios que deben transformar esta situación.

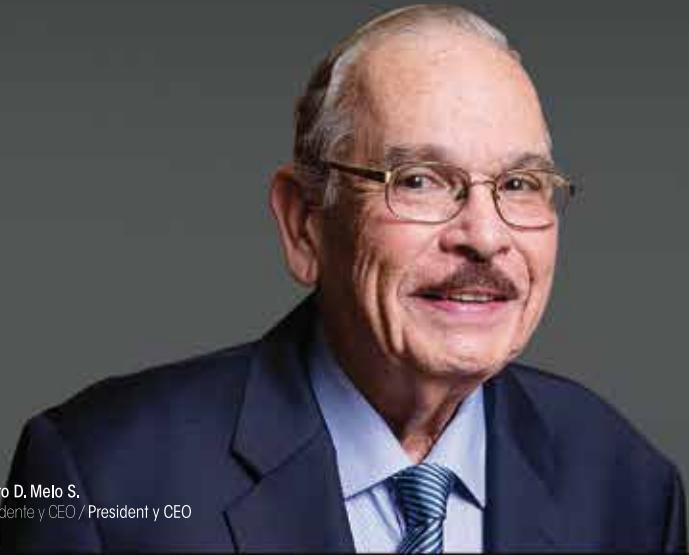
Nuestra prosperidad se basa en nuestro canal y la ampliación que se está haciendo del mismo, la cual presenta un atraso que posiblemente pospondrá su inauguración hasta el año 2017, y en el centro multimodal que se ha desarrollado en torno al canal. Este Centro Multimodal, del cual forman parte los Puertos de Contenedores, los más grandes de América Latina, el Aeropuerto de Tocumen, el cual está siendo ampliado y será el de más tránsito aéreo en la América Latina, la Zona Libre de Colón y el Parque Industrial de Howard. También será mejorado por la carretera de cuatro vías que se construye de Santiago a David, la cual hará crecer nuestra comunicación terrestre con América del Norte. A este Centro Multimodal sólo le falta que hagamos desaparecer el fantasma del "Tapón del Darién" y le demos la única comunicación terrestre que le hace falta, la comunicación con América del Sur. Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú están ansiosamente esperando esta comunicación terrestre.

En nuestros 65 años de existencia hemos superado muchas vicisitudes y hemos crecido significativamente, echando profundas raíces que nos permitirán avanzar con solidez hacia esos nuevos horizontes que se vislumbran. Ya somos 5,500 colaboradores, leales y capacitados, con visión de futuro, para el bienestar y progreso de nuestros amigos, clientes, proveedores, trabajadores y accionistas, siempre teniendo presente la Preservación del Medio Ambiente, La Responsabilidad Social Empresarial y la Justicia Social.

For the next 3 years, significant shortages in electric generating capacity are projected. For all these reasons, in 2014, our group will build a pilot plant of electric power generation with sunlight in our land of La Mesa de Pacora, near Panama City, at a cost of \$ 2 million. This plant will use 2 hectares of land of the 500 which the group owns in Pacora. The other new horizons that we are studying to access are the expansion of our successful Pío Pío Restaurants, Agricultural Stores and Pet and Garden stores to other lands. We also are exploring the creation of a new chain of stores similar to these chains. The Group's investment budget for 2014 is similar to 2013 because in that year all of our operating divisions increased their sales and profits, except for the Real Estate Division, in which the sale of lots is changing to the pre-sale of residential mountain complexes with amenities. In our stores Pet's Market in Costa Rica we continue to have lower than expected results, but significant changes have been introduced that should transform this situation.

Our prosperity is based in our Canal and the expansion that is being made on it, which presented a delay that may postpone its opening until 2017 and the multimodal center that has been developed around the Canal. This Multimodal Center, which includes the largest in Latin America container ports, the Tocumen Airport that is being expanded and will be the one with most air traffic in Latin America, the Colon Free Zone and the Industrial Park of Howard. It will also be enhanced by the four lane highway being built from Santiago to David, which will extend our land communication with North America. This Multimodal Center only lacks that we put away the ghost of the "Darien Gap" and build the only road communication that we are missing, communication with South America. Venezuela, Colombia, Ecuador and Peru are eagerly awaiting this land communication.

In our 65 years of existence, we have overcome many difficulties and have grown significantly, placing deep roots that will allow us to move solidly towards those new looming horizons. We are already 5,500 employees, loyal and skilled, with a vision of the future, for the welfare and progress of our friends, customers, suppliers, employees and shareholders, always bearing in mind the Preservation of the Environment, Corporate Social responsibility and Social Justice.



Arturo D. Melo S.
Presidente y CEO / President y CEO



Arturo Melo K.
Director Principal/ Principal Director



Junta Directiva
BOARD OF DIRECTORS



Laury Melo de Alfaro
Director Principal/ Principal Director



Federico Melo K.
Director Principal/ Principal Director



Juan Manuel Cabarcos
Director Principal/ Principal Director



Miguel De Janón
Director Principal/ Principal Director



FINANCIAL SUMMARY

RESUMEN FINANCIERO

EN 2013 GRUPO MELO
ESTABLECE UN NUEVO
RECORD DE UTILIDADES
Y VENTAS.

In 2013 Grupo Melo sets a new
profit and sales record.

7,494	6,373
476	469
801	940
1,007	1,163
4,647	4,788
25	25

Resumen Financiero / Financial Summary
GRUPO MELO, S.A.

Reporte anual al 31 de diciembre 2013
Annual Report December 31st 2013

Rentabilidad / Profitability	2013	2012	2011
Ventas (en miles) / Sales (in thousands)	B/. 399,829	B/. 372,821	B/. 328,483
Utilidad Neta (en miles) / Net Profit (in thousands)	B/. 19,632	B/. 19,042	B/. 13,593
EBITDA (en miles) / EBITDA (in thousands)	B/. 37,976	B/. 37,807	B/. 29,929
Margen Bruto / Gross Margin	40.75%	40.11%	40.40%
Margen Neto / Net Margin	4.91%	5.11%	4.14%
Utilidad Neta por Acción / Net Profit per Share	B/. 8.29	B/. 8.06	B/. 5.87
Rendimiento sobre el Activo Total (ROA)/ Return on Assets (ROA)	6.68%	7.22%	5.92%
Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE)/ Return on Equity (ROE)	16.55%	17.93%	15.06%
Información Patrimonial / Equity Information	2013	2012	2011
Acciones en Circulación / Outstanding Shares	2,368,421	2,363,621	2,317,021
Dividendo por Acción / Dividend per Share	B/. 2.85	B/. 2.04	B/. 1.76
Última Cotización en Bolsa / Market Price per share	B/. 74.50	B/. 58.00	B/. 45.40
Capitalización del Mercado (en miles) / Market Capitalization (in thousands)	B/. 176,447	B/. 137,090	B/. 105,193
Valor en Libros por Acción / Book value per share	B/. 50.07	B/. 44.94	B/. 38.95
Relación Precio / Valor en Libros / Price to Book Value Ratio	1.49	1.29	1.17
Relación Precio/ Utilidad / Price to Earnings Ratio	8.99	7.20	7.74
Patrimonio Neto (en miles) / Net Equity (in thousands)	B/. 118,597	B/. 106,224	B/. 90,249
Otra Información Adicional / Other Additional Information	2013	2012	2011
Inversión en el Año (en miles) / Yearly Investment (in thousands)	B/. 24,093	B/. 17,394	B/. 15,391
Total de Activos (en miles) / Total Assets (in thousands)	B/. 293,940	B/. 263,702	B/. 229,783
Propiedad, Equipos y Mejoras, Neto (en miles) / Net Property, Equipment and Improvements (in thousands)	B/. 96,910	B/. 82,088	B/. 74,813
Pasivos Totales (en miles) / Total Liabilities (in thousands)	B/. 175,343	B/. 157,477	B/. 139,534
Deuda Financiera Total (en miles) / Total Financial Debt (in thousands)	B/. 124,773	B/. 101,270	B/. 92,107
Total de Empleados / Total Number of Employees	5,236	4,970	4,755
Liquidez y Apalancamiento / Liquidity and Leverage	2013	2012	2011
Razón Corriente / Current Ratio	1.66	1.50	1.51
Capital de Trabajo (en miles) / Working Capital (in thousands)	B/. 65,304	B/. 51,069	B/. 43,527
Relación Deuda / Capital / Debt to Capital Ratio	1.48	1.48	1.55
Pasivo Total / EBITDA / Total Liabilities to EBITDA Ratio	4.62	4.17	4.66
Deuda Bancaria / EBITDA / Bank Debt to EBITDA Ratio	3.29	2.68	3.08

DESEMPEÑO FINANCIERO 2013

I. RESULTADO DE LAS OPERACIONES

VENTAS NETAS

En 2013 Grupo Melo establece un nuevo record de utilidades y ventas. El crecimiento en ventas fue de 7% con relación al año anterior, alcanzando un monto total de B/.399.8 millones.

En el Grupo Alimentos se observó que las preferencias de los consumidores siguen inclinadas al consumo de pollo, huevos y productos de valor agregado por su accesibilidad a todos los estratos del mercado, precios competitivos y alta calidad. Durante el 2013 el Grupo Alimentos incrementó sus ventas de pollo en un 10%, las de huevos en 12% y embutidos en 14%. Adicionalmente se evidenció un aumento del 11% en las ventas de productos de valor agregado.

El Grupo comercial amplió su presencia mediante la apertura de nuevos locales comerciales y restaurantes.

Adicionalmente, se amplió la oferta con la introducción de nuevas variedades de productos y mascotas a través de los Almacenes Agropecuarios y la cadena Melo Pets and Garden.

Las diferentes líneas y servicios ofrecidos por la División Maquinarias permitieron, durante 2013, recuperar la posición de liderazgo en ventas de camiones, alcanzar la segunda posición de participación de mercado en la línea de Pick ups e incrementar la participación en los segmentos agropecuarios de lechería y ganadería, a través de equipo de forraje y en cosechadoras de granos generando una mayor cobertura en diversos segmentos de mercado.

FINANCIAL PERFORMANCE 2013

I. OPERATION RESULTS

NET SALES

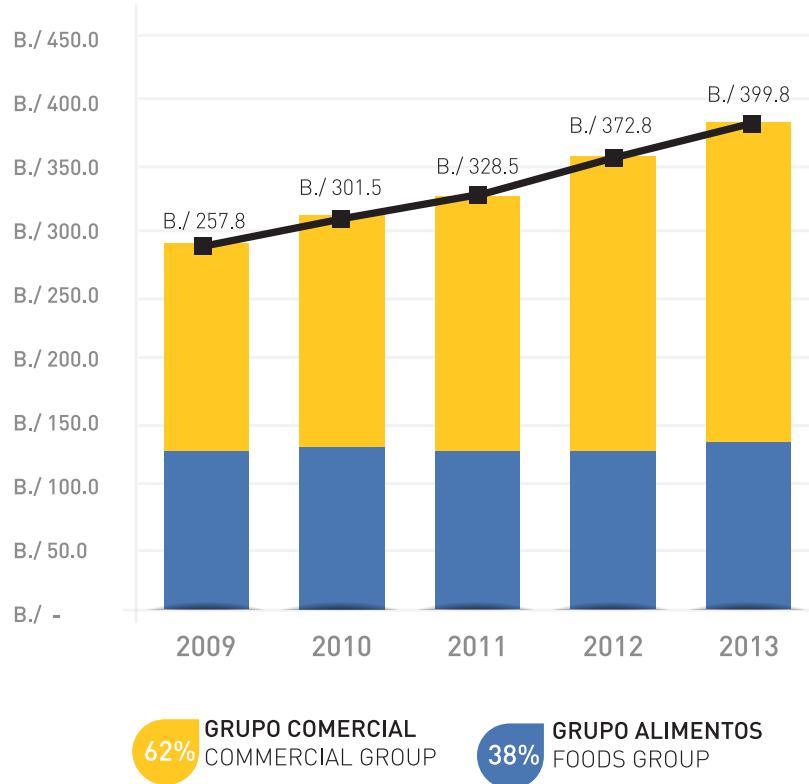
In 2013 Grupo Melo sets a new profit and sales record. Sales growth was 7% with respect to the previous year, reaching a total of B/.399.8 million.

In the Foods Group, consumer's preferences keep inclined towards poultry, eggs and chicken value added products because of its accessibility to all market segments, competitive prices and high quality. During 2013 the Foods Group increased its chicken sales by 10%, egg sales by 12% and chicken processed meats sales by 14%. Also, there was an 11% increase in value added product sales.

The Commercial Group expanded its presence through the opening of new commercial stores and restaurants. Also, it expanded its lines with the introduction of new varieties of products and pets through its Agricultural Stores and Melo Pet and Garden stores.

The different product lines and services offered by the Machinery Division allowed us to recover the leadership position in 2013 in truck sales, we achieved the second place in market share in the Pickup trucks segment and increase market share in the agricultural segments of dairy and livestock, through fodder and harvesters equipment generating a wider coverage of the different markets.

VENTAS ACUMULADAS / ACCUMULATED SALES GRUPO MELO S.A.
 (EN MILLONES DE B./) – (IN MILLIONS OF B./)

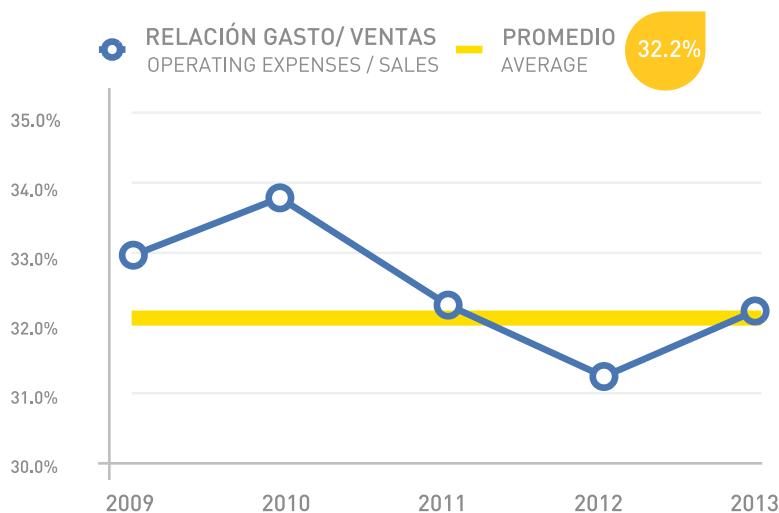


**GASTOS ADMINISTRATIVOS
Y OPERATIVOS**

Durante 2013 se observó un aumento del 11% en los gastos consolidados del Grupo. Los rubros de mayor impacto y que aportan el 77% del incremento son tres: Recursos Humanos, Servicios Públicos y Gastos de Venta. En el gasto de salarios, el incremento viene dado por el aumento en el número de trabajadores, de 4970 en 2012 a 5236 en 2013. Adicionalmente, se realizó ajuste de salarios a los empleados del Grupo pactados dentro del marco de la convención colectiva de trabajadores. El aumento del gasto en los servicios públicos se registró especialmente en la energía y es consecuencia del alza en el precio de la tarifa eléctrica, además de un mayor consumo por la apertura de nuevos locales. El gasto de ventas, comprende los suministros y materiales, así como el acarreo y flete, entre otros. Estos ítems están vinculados directamente al comportamiento de las ventas.

**ADMINISTRATIVE
AND OPERATIVE EXPENSES**

During 2013 the consolidated expenses of the group increased by 11%. The higher impact entries that contributed to 77% of the increase were: Human Resources, Public Utilities, and Sales Expenses. The payroll expense increase is given by the increase of workers, from 4970 in 2012 to 5236 in 2013. In addition to this, a salary's adjustment was given to our syndicated Employees as established by the collective bargaining agreement upon the Labor Union. The increase in the Public Utilities expense was mainly due to electricity as a consequence of the price rise on the electrical rate, as well as an increase in consumption due to the opening of new stores. The Sales Expenses increases are due to higher increment of materials and supplies as well as transport and freight costs among others. These items are directly related to sales performance.



EBITDA

El EBITDA al cierre de 2013 fue de B/. 37.9 millones. Un resultado superior al promedio de los últimos 5 años, equivalentes a B/.31.3 millones. El incremento de B/.27 millones en las ventas de 2013 con respecto a 2012, y una mejor relación de costos, permitió hacerle frente al alza en los gastos operativos y obtener las expectativas que el Grupo mantenía con relación a este indicador.

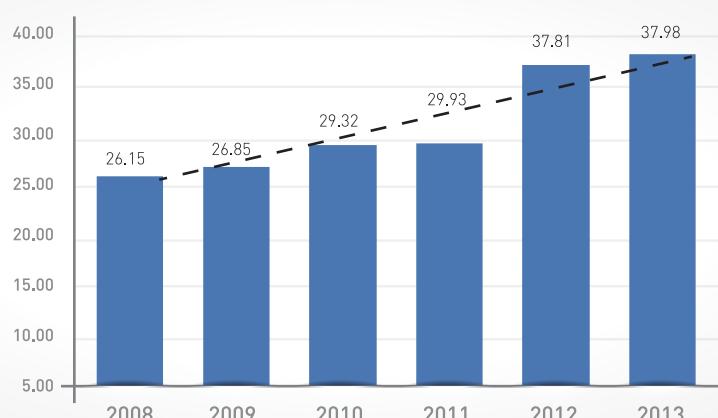
Por otro lado, la ejecución este año de un programa de inversiones enfocado principalmente en la mejora de los procesos productivos del área Avícola y al crecimiento en el número de puntos de ventas en el área Comercial, son un pilar importante para el crecimiento del EBITDA en los próximos años.

EBITDA

In 2013 the EBITDA closing was B/. 37.9 million. A superior result compared to the B/. 31.2 million average of the last five years. A sales increase of B/. 27 million in 2013 over 2012 and also a better cost to sales ratio, allowed us to face operative expenses increases and meet Grupo Melo's expectations in regard to this indicator.

On the other side, this year's execution of our investment program was mainly focused on productive processes' improvements in the Poultry Group and to the increase in the number of stores in the commercial area which will be an important pillar of the EBITDA growth in the years to come.

EBITDA
(EN MILLONES DE B./.) – (IN MILLIONS OF B./.)



GASTOS FINANCIEROS

El 2013 ha sido un año donde se observó relativa estabilidad de los movimientos de las tasas de interés. El mercado continúa ofreciendo alternativas interesantes, las cuales han sido capitalizadas por el Grupo al obtener la autorización y realizar la emisión de Bonos Corporativos con vencimientos a 10, 12 y 15 años. Los recursos provenientes de dicha emisión fueron utilizados en el pago de deuda asociada al programa de inversiones del Grupo. Con esta reestructuración de los pasivos a corto plazo, el Grupo logró obtener mejores condiciones de financiamiento mejorando sus costos. De igual forma, se continuaron ampliando las relaciones con los proveedores financieros de corto plazo, logrando el incremento de los montos de las facilidades de crédito hasta un tope de B/. 104 millones a Diciembre 2013 vs B/.81.2 millones al mismo período del año anterior. El índice de cobertura de intereses se situó en 4.21 veces al cierre de 2013, evidenciando la fortaleza de la estructura financiera del Grupo.

UTILIDAD NETA

Las utilidades netas en 2013 fueron B/.19.7 millones. En 2012 se reportó una utilidad extraordinaria producto de la venta de activos improductivos por B/.1.1 millones, con lo que se alcanzó la cifra de B/.19 millones. Las utilidades neta de 2013, sin incluir este resultado extraordinario crecieron 9.4% con respecto a 2012.

El margen neto se incrementó de 4.81% en 2012 a 4.93% en 2013, tomando en cuenta la utilidad neta sin la ganancia extraordinaria. Esto reflejo el buen desempeño que el Grupo obtiene en el ejercicio de sus operaciones.

FINANCIAL EXPENSES

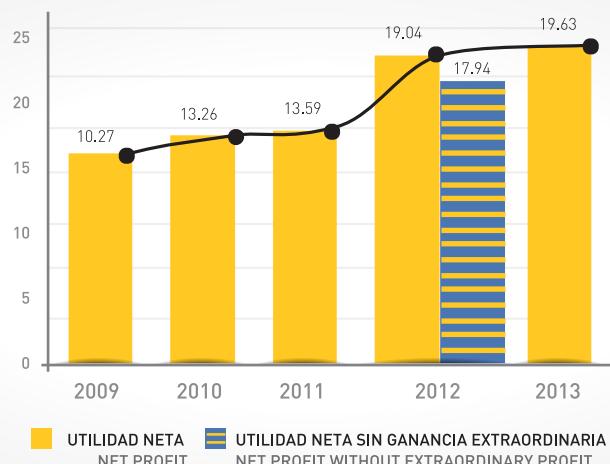
During 2013 a relative stability of the interest rate movements was observed. The market continues to offer interesting alternatives that have been capitalized by Grupo Melo by obtaining authorization and the execution of Corporate Bonds emissions with maturity of 10, 12 and 15 years. The resources coming from this emission were used for the payment of our debt associated with the Group's investment program. With this short term liability restructure, the Group managed to improve expenses by obtaining better financing conditions. Likewise, Grupo Melo continued to build relationships with short-term financial suppliers, managing to increase credit facilities of B/.104 millions up to December 2013 vs. B/.81.2 million in the same period of the previous year. The interest coverage ratio was 4.21 times at the end of 2013, showing the financial structure strength of Grupo Melo.

NET PROFIT

The Net Profit in 2013 was B/.19.7 million. In 2012 the Group reported an outstanding profit as a result of the sale of unproductive assets for B/.1.1 million. This allowed us to report B/. 19 million in profits. Net Profits of 2013, excluding this outstanding result increased 9.4% vs. 2012.

Net Margin increased from 4.81% in 2012 to 4.93% in 2013, including Net Profits without the outstanding profit. This evidences the good performance of Grupo Melo's operations.

**UTILIDAD NETA - NET PROFIT
(EN MILLONES DE B./) - (IN MILLIONS OF B./)**



II. ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN.

ACTIVOS CORRIENTES

Los activos corrientes del Grupo reflejan un incremento del 6.2% (B/.9.6 millones) al cerrar 2013. Este incremento se muestra en una mejora de la relación corriente, la cual aumentó de 1.49 en 2012 a 1.66 en 2013. Los principales rubros impactados fueron los inventarios y documentos y las cuentas por cobrar, principalmente en las Divisiones Maquinarias y Almacenes.

INVENTARIOS

El total del inventario alcanzó un valor de B/. 97 millones. En el transcurso de 2013, se implementaron medidas para que el inventario tuviera el alcance necesario para cubrir el crecimiento de las ventas.

La División Maquinarias incrementó sus necesidades de inventarios al continuar con el excelente desempeño en ventas de las líneas: Isuzu al posicionarse como Número 1 en camiones y número 2 en pick ups; John Deere construcción y agrícola, llantas, servicios de postventa, al igual que servicios de alquiler.

En 2013 se continuó el plan de expansión de las diferentes cadenas de la División Almacenes la cual incrementó sus ventas en 8% y creó necesidades en sus inventarios para poder cubrir el crecimiento de la demanda en los nuevos puntos de venta.

PASIVOS CORRIENTES

Al cierre de 2013, los pasivos corrientes disminuyeron en B/.4.6 millones situándose en B/. 98.9 millones. La deuda bancaria a corto plazo se mantuvo sin variaciones significativas con relación al cierre del mismo año. El financiamiento de corto plazo tuvo un incremento del 25% a través del programa de Valores Comerciales Negociables con B/. 18.3 millones colocados en el mercado a diciembre 2013 vs. B/.14.7 millones a diciembre 2012. Por otro lado, las Divisiones Almacenes y Maquinaria registraron disminuciones importantes en sus cuentas por pagar a proveedores.

II. ANALYSIS OF GENERAL BALANCE SHEET

CURRENT ASSETS

Grupo Melo's current assets show an increase of 6.2% (B/.9.6 million) in the 2013 closing. This increase is evidence of the improvement in the current ratio, that increased from 1.49 in 2012 to 1.66 in 2013. The main items exhibiting growth were inventories, documents and account receivables, mainly in the Machinery and Stores Division.

INVENTORIES

Total inventories reached a B/. 97 million value. During 2013, measures were implemented to ensure inventories were enough to cover the sales increase.

The Machinery Division increased the need for inventories continuing with the excellent sales performance of the product lines: Isuzu acquiring the position as market leader in trucks and number 2 in pickups; John Deere construction and agriculture, tires and post sale services, as well as equipment renting services.

In 2013 the expansion plan of the different chain of stores of the Stores Division was continued and it contributed to a sales increase of 8% that created the need to increase inventories to cover the growth of the demand in the new points of sale.

CURRENT LIABILITIES

At the end of 2013, current liabilities decreased in B/. 4.6 million reaching B/.98.9 million. The short term bank debt was maintained without any significant change versus the previous year. Short term financing had an increase of 25% through Negotiable Commercial Values with B/. 18.3 million placed in the market until December 2013 versus B/.14.7 million in December 2012. Furthermore, the Machinery and Stores Division registered an important decrease in the supplier payable accounts.

LIQUIDEZ

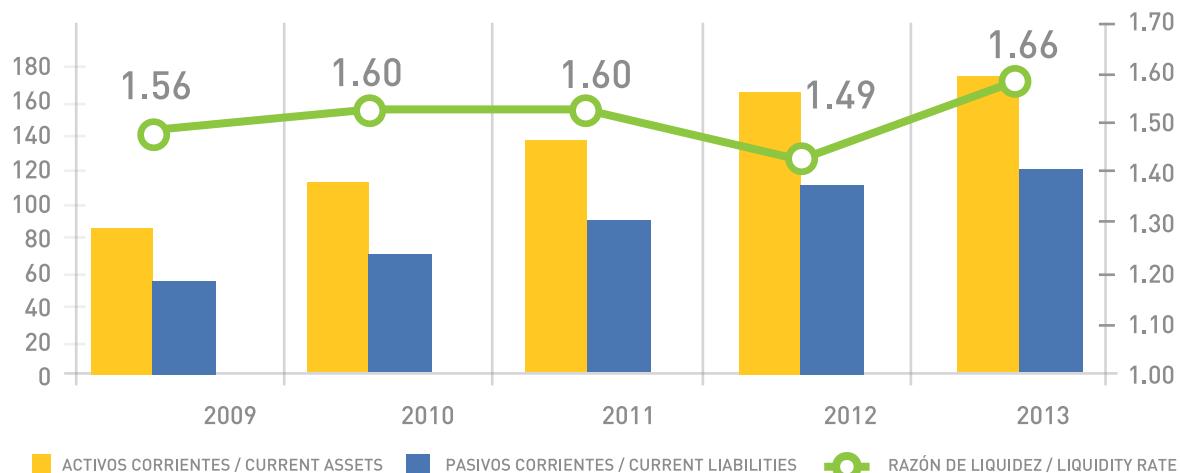
La situación de liquidez se encuentra en un nivel óptimo, lo que se demuestra con la mejora de la razón corriente. El capital de trabajo creció en un 28% pasando de B/. 51.1 millones en 2012 a B/. 65.3 millones en 2013. Esta variación refleja la fortaleza de la estructura financiera del Grupo para hacerle frente al crecimiento de los negocios y absorber de forma holgada los compromisos de corto plazo con proveedores, especialmente.

LIQUIDITY

The Liquidity situation is in optimum levels, demonstrated by the improvement in the current ratio. Working capital grew 28% going from B/. 51.1 million in 2012 to B/. 65.3 million in 2013. This variation evidences the strength of Grupo Melo's financial structure to face business growth and absorb in an ample way the short term supplier's commitments.

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA LIQUIDEZ – GRUPO MELO, S.A. HISTORICAL LIQUIDITY BEHAVIOR GRUPO MELO, S.A.

(EN MILLONES DE B/.) – (IN MILLIONS OF B./)



INVERSIONES

El 2013 fue un año record en el cumplimiento del Plan Anual de Inversiones de Grupo Melo. Se alcanzó la ejecución de B/. 24.1 millones, distribuidos entre nuevos proyectos, adquisición de activos varios y el reemplazo de equipos y maquinarias.

Se destacan entre éstos, la continuación de la segunda fase del Proyecto de Ampliación de la Planta de Procesamiento de Aves de Juan Díaz, inversión que permitirá al Grupo Alimentos obtener mayores eficiencias en el procesamiento de aves.

INVESTMENTS

2013 was a record year in the compliance of Grupo Melo's Annual Investment Plan. The execution of B/. 24.1 million was reached, distributed among new projects, several asset acquisitions and machinery and equipment replacement.

Some of the most important projects are: the second phase continuation of the Expansion Project in the Juan Diaz Poultry Processing Plant, investment that will allow the Foods Group to obtain bigger efficiencies in the poultry processing.

Continuando con la estrategia de expansión local que desarrolla desde hace varios años Grupo Melo para los negocios de ventas al detal, en 2013 se realizó la apertura de 4 nuevos puntos de ventas en la División Almacenes y 4 nuevos restaurantes Pío Pío en la División Restaurantes.

El negocio de renta de maquinarias se ha ido consolidando en la medida en que la demanda crece. La División Maquinaria, en 2013 invirtió más de B/. 1 millón en nuevos equipos. Para 2014 se prevee que esta demanda de maquinarias seguirá aumentando y por lo tanto se continuará adecuando la oferta. También, se remodeló y modernizó la agencia de Maquinarias en Azuero, de acuerdo a los estándares internacionales requeridos por la fábrica de John Deere.

A nivel de logística también se realizaron inversiones importantes en distintos puntos claves para la operación: se ejecutó la ampliación de la Cocina Central de Pío Pío, el mejoramiento de la infraestructura del Centro de Distribución de Cabuya, que suple a los cuatro formatos de tiendas de la División Almacenes y se ejecutó el plan de adquisición y reemplazo de la flota vehicular del Grupo.

Como parte del esquema de crecimiento planteado para los próximos años, se adquirieron terrenos con potencial para el desarrollo de los actuales y futuros negocios.

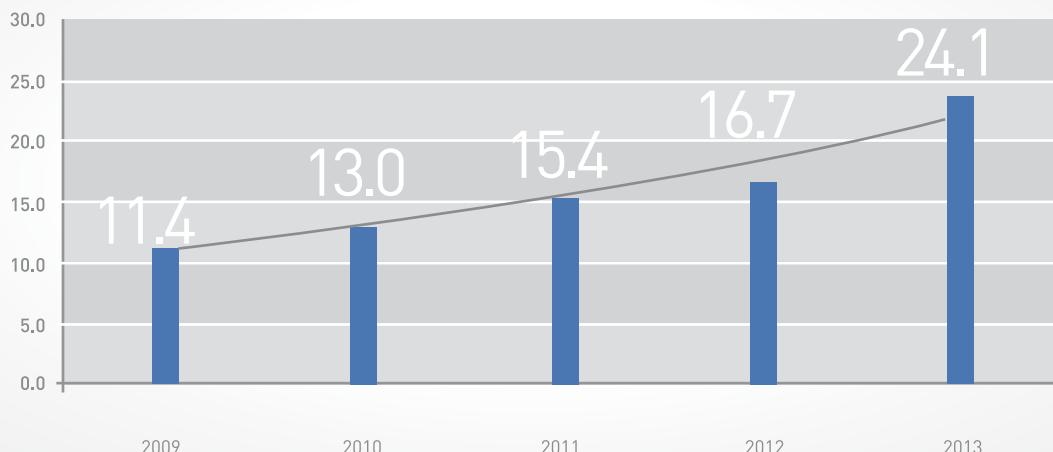
Continuing with the local expansion strategy that Grupo Melo has developed over the years for the retail business, in 2013, 4 new stores were opened in the Stores division and 4 new Pío Pío Restaurants in the Restaurant Division.

The machinery renting business has been consolidated as the demand increases. In 2013, the Machinery Division invested more than B/. 1 million in new equipment. For 2014, an increase in the machinery demand is expected and therefore the supply will respond to this. In addition, the Machinery Division's Agency in the Azuero Region was remodeled and modernized according to international standards required by the John Deere's Company.

As part of our logistical strategy we made several important investments in different critical and strategical points of business areas which were executed: such as the expansion of the Central Kitchen for the Restaurant Division, improvement the infrastructure Distribution Center in Cabuya, that supplies all the stores for the Stores Division and the acquisition and replacement plan of the vehicle fleet.

As part of the scheme proposed for future growth in the coming years, we acquired land with high potential for the development of current business and for future developments.

INVERSIÓN HISTÓRICA DE GRUPO MELO, S.A. / HISTORIC INVESTMENTS GRUPO MELO, S.A.
EN MILLONES DE B/. - IN MILLIONS OF B/.



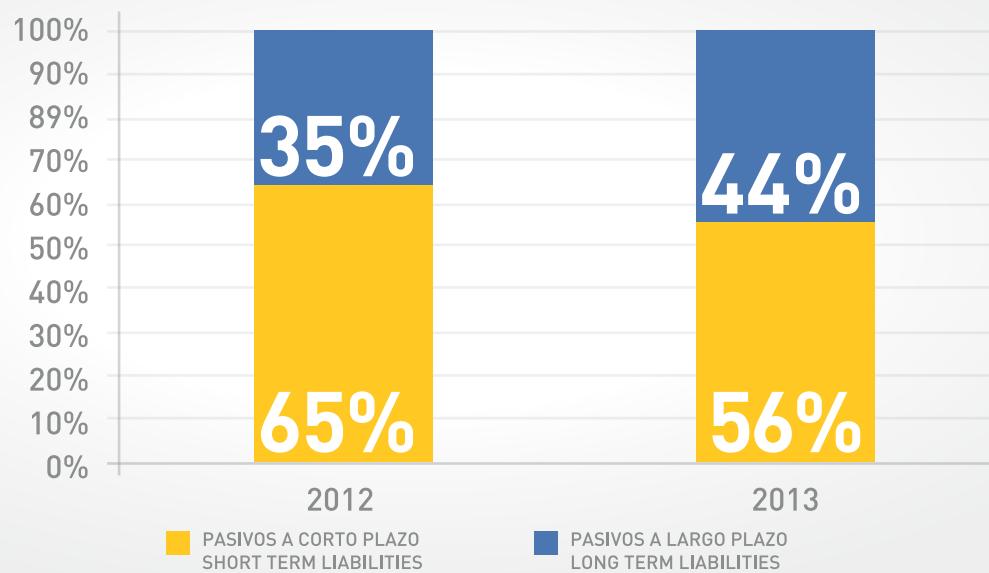
PASIVOS

El total de los pasivos del Grupo para el cierre de 2013 registra un aumento del 10.1% equivalente a B/. 16 millones, llegando a un total de B./173 millones. Su estructura se fijó en 56% en pasivos corrientes y 44% en pasivos a largo plazo. A Diciembre 2012 la estructura del pasivo se componía en 65% a corto plazo y 35% a largo plazo. Esta situación evidencia una mejoría significativa en la composición de los pasivos y es el resultado de la ejecución de la estrategia financiera de emisión de deuda de largo plazo a través de Bonos Corporativos Rotativos, lo que permite una mayor estabilidad en el gasto financiero para el mediano y largo plazo.

LIABILITIES

The total liabilities of Grupo Melo for the end of 2013 recorded an increase of 10.1 % equivalent to B./16 million, reaching a total of B./173 million. Its structure was set at 56 % in current liabilities and 44% in long-term liabilities. As of December 2012 the liability structure consisted in 65 % short term liability and 35% in long term. This situation shows a significant improvement in the composition of liabilities and results of the implementation of the financial strategy of issuing long-term debt through Rotary Corporate Bonds allowing greater stability in interest expense for the medium and long term.

ESTRUCTURA DE LA DEUDA – CORTO PLAZO VS LARGO PLAZO
DEBT STRUCTURE – SHORT TIME VS LONG TIME



PATRIMONIO

El patrimonio a diciembre 2013 presenta un saldo de B./118.6 millones, de los cuales el 61% corresponden a utilidades retenidas y 39% a capital de accionistas. Las utilidades retenidas exhiben un crecimiento del 20% e igualmente incrementan su participación dentro de la composición del patrimonio en comparación a diciembre 2012, esto evidencia el crecimiento orgánico del Grupo que ha permitido ejecutar los planes de inversión durante lo corrido del año.

EQUITY

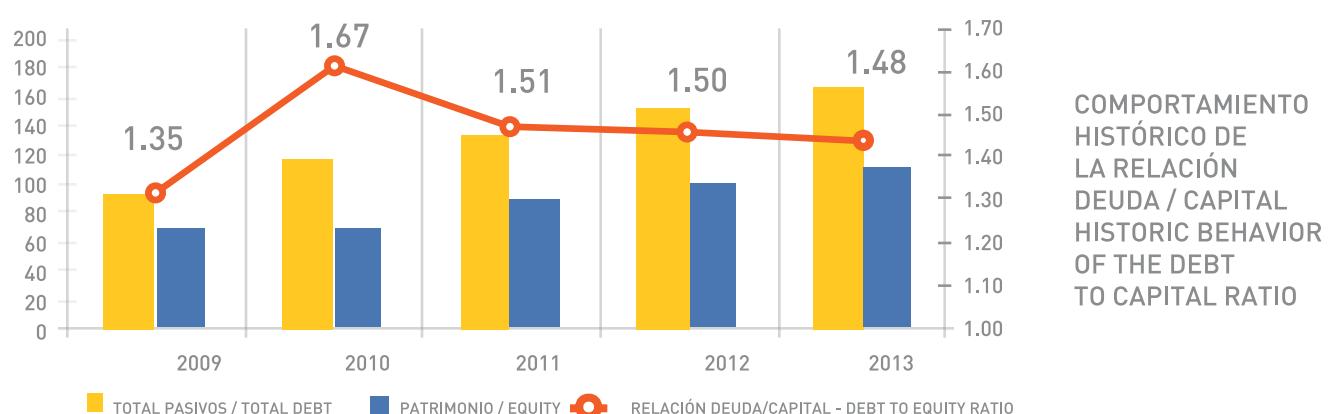
Equity at December 2013 shows a balance of B./118.6 million, of which 61% are retained earnings and 39% of shareholders' equity. Retained earnings exhibit a growth of 20% and also an increase in their participation in the composition of the assets compared to December 2012, this shows Grupo Melo's organic growth has allowed investment plans to run so far this year.

RELACIÓN DEUDA PATRIMONIO

El crecimiento de las utilidades, y la expansión de las actividades del Grupo unido a las estrategias financieras implementadas, traen como consecuencia el mejoramiento continuo en los indicadores de endeudamiento. La relación deuda entre capital a diciembre 2013 fue de 1.46 veces comparado con 1.50 veces reportado en diciembre 2012. Esto demuestra que el Grupo continua generando utilidades con menos recursos financiados, lo que refleja la fortaleza patrimonial del Grupo y su capacidad para ejecutar los planes de inversión, manteniendo la flexibilidad financiera para el crecimiento en los períodos siguientes.

DEBT TO EQUITY RATIO

The earnings growth, and the expansion of Grupo Melo's activities, linked to the implemented financial strategies brings continuous improvement in debt indicators. The debt to equity ratio in December 2013 was 1.46 times compared to 1.50 times reported in December 2012. This shows that the Group continues to generate profits with less debt, reflecting the Group's financial strength and ability to execute investment plans while maintaining financial flexibility for growth in subsequent periods.

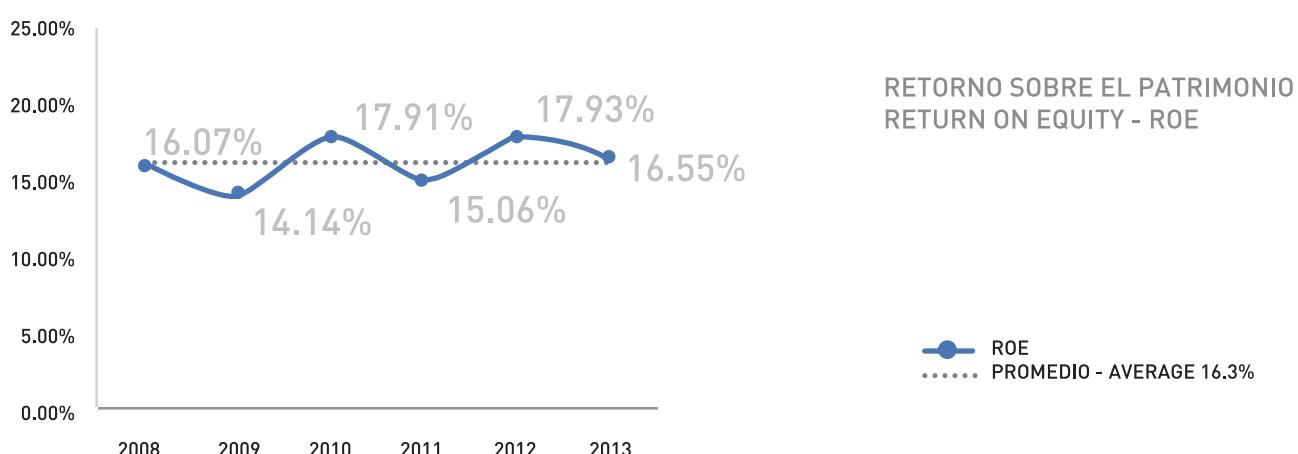


ROE

El comportamiento de las generación de utilidades en 2013 vs el crecimiento del Patrimonio, producto especialmente de las utilidades retenidas, fue de 16.55%. Este resultado se mostró ligeramente por encima del promedio de los últimos cinco años.

ROE

The behavior of generation profits in 2013 versus equity growth produced specially by retained earnings was 16.55 %. This result was slightly above the average of the last five years.



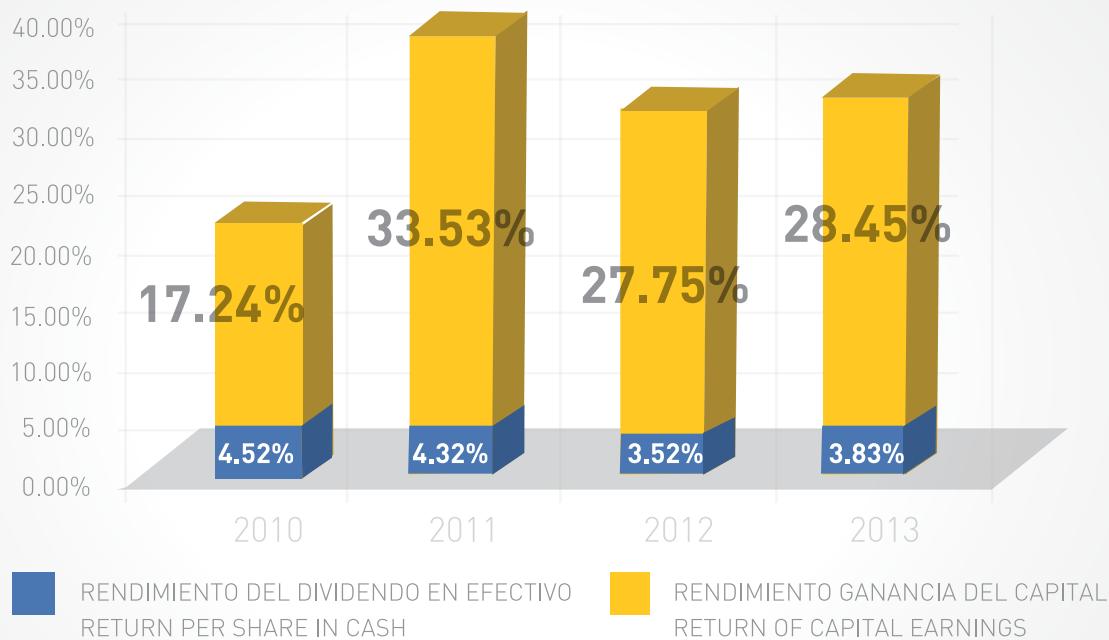
III. DIVIDENDOS Y ACCIONES

La valorización de la acción en el mercado continuó con la tendencia de crecimiento de los períodos anteriores y cerró el 2013 a un precio de B/.74.50 vs B/. 58.00 en 2012, un incremento en su valor del 28% en el año. Las relaciones Precio a Utilidad (9.00) y Precio a Valor en Libros (1.49) se mantienen por debajo de los promedios del mercado, lo cual unido a los excelentes resultados del Grupo pueden reflejar un potencial de crecimiento en el precio de la acción. El rendimiento en dividendos fue de 3.38% y el rendimiento de la ganancia de capital durante el año fue de 28.45% lo que resultó en un rendimiento total de la acción de 32.25%.

III. DIVIDENDS AND SHARES

The estimated value of our stocks in the stock market continued the upward trend of the previous periods and closed in 2013 at a price of B/.74.50 versus B/.58.00 in 2012, an increase in value of 28% for the year. The Price to Earnings ratios (9.00) and Price to Book Value (1.49) remain below market averages, which together with the excellent results of Grupo Melo may reflect a potential for growth in the price of the share. The dividend yield was 3.38 % and return on capital gain for the year was 28.45 % which resulted in a total return of 32.25 %.

RENDIMIENTO DE LA ACCIÓN - RETURN PER SHARE



GRUPO COMERCIAL COMMERCIAL GROUP



STORES
DIVISION

DIVISIÓN
ALMACENES



RESTAURANT
DIVISION

DIVISIÓN
RESTAURANTE



MACHINERY
DIVISION

DIVISIÓN
MAQUINARIA



REAL ESTATE
DIVISION

DIVISIÓN
BIENES RAÍCES

GRUPO ALIMENTOS FOODS GROUP



FOODS - ANIMAL FEED
DIVISION

DIVISIÓN ALIMENTOS
PIENSOS



FOODS - PRODUCTION
DIVISION

DIVISIÓN ALIMENTOS
PRODUCCIÓN



FOODS - PROCESSING
AND MARKETING
DIVISION

DIVISIÓN ALIMENTOS
PROCESAMIENTO Y MERCADO



FOODS - VALUE ADDED
DIVISION

DIVISIÓN ALIMENTOS
VALOR AGREGADO

GRUPO COMERCIAL COMMERCIAL GROUP



El Grupo Comercial de Grupo Melo opera cuatro Divisiones: la División Almacenes, que cuenta con 102 puntos de venta localizados en Panamá y en San José, Costa Rica, y ofrece soluciones para la pequeña y gran producción agropecuaria, materiales y herramientas de construcción, diseño y asesoría para ebanistas, y venta de mascotas y accesorios y servicios de veterinaria y peluquería, así como una amplia sección de jardinería. La División Restaurantes opera la cadena Pío Pío, cuyos 69 locales la posicionan como la franquicia con mayor número de puntos de venta en Panamá. La División Maquinaria es el distribuidor exclusivo de importantes marcas de maquinaria agropecuaria y de construcción, y de vehículos comerciales y de pasajeros. La División Bienes Raíces comercializa atractivas propiedades campestres de montaña en Los Altos de Cerro Azul y en Altos del María.

The Commercial Group of Grupo Melo operates four divisions: the Stores Division, which has 102 outlets located in Panama and San José, Costa Rica and offers solutions for small and large agricultural production, building materials and tools, design and consulting services for carpenters and the sale of pets and accessories for pets, veterinary services and pet grooming, as well as an extensive gardening section. The Division operates the Pío Pío Restaurant chain, that has 69 points of sale and is the largest restaurant franchise in Panama. The Machinery Division is the exclusive distributor of major brands of agricultural and construction equipment and commercial and passenger vehicles. The Real Estate Division sells attractive countryside properties in Los Altos de Cerro Azul and Altos del María.

GRUPO COMERCIAL

COMMERCIAL GROUP

I. DIVISIÓN ALMACENES

La División Almacenes de Grupo Melo reúne seis unidades de negocio: la cadena de 46 Almacenes Agropecuarios Melo y Cía., 27 almacenes de mascotas y jardinería Melo Pet & Garden, 10 almacenes de mascotas Pet's Market en Costa Rica, 16 tiendas de materiales de construcción COMASA, tres tiendas de insumos para ebanistas Multiláminas y la Empresa Distribuidora Melo, que comercializa al por mayor paquetes de insumos agropecuarios.

Este año la División Almacenes reportó un incremento de 7% en ventas y de 8% en utilidades. Las principales inversiones de este período se orientaron a la apertura de nuevas sucursales de las cadenas de Almacenes Agropecuarios Melo y Cía., Melo Pet & Garden y Melo Pet's Market; así como al mejoramiento de la infraestructura y la logística del centro de distribución, y al lanzamiento de nuevas líneas de productos en cada empresa. Además se adquirieron terrenos para construir nuevos locales en Penonomé, el área de la 24 de diciembre en la ciudad de Panamá, y Yaviza, en la provincia de Darién.

Las actividades de mercadeo incluyeron la participación en ferias y eventos de las comunidades vecinas a los puntos de venta, organización de jornadas de asesoría técnica y talleres, el lanzamiento de nuevos productos y la presencia en medios de comunicación y redes sociales.

I. STORES DIVISION

The Stores Division of Grupo Melo brings together six business units a chain of 46 Agricultural Stores Melo & Co., 27 Melo Pet & Garden stores, 10 pet stores named Pet's Market in Costa Rica, 16 shops of building materials COMASA, three woodworkers supply stores, Multiláminas and Wholesale Distribution Center, which sells wholesale of agricultural inputs.

This year the Stores Division reported a 7% increase in sales and 8% in profits. The main investments of this period were geared to the opening of new branches of stores of agricultural outlets Melo & Cia., Melo Pet & Garden and Melo Pet's Market; as well as the improvement of the infrastructure and the logistics of the distribution center, and the launch of new product lines in each company. Also land was acquired to build new stores in Penonomé, the area of the 24 December neighborhood, in Panama City and Yaviza, in the province of Darién.

Marketing activities included participation in fairs and events from neighboring communities to our outlets, organizing conferences and workshops, technical assistance, launching new products and presence in media and social networks.

ALMACENES AGROPECUARIOS MELO

En 2013, la cadena de Almacenes Agropecuarios Melo y Cía. alcanzó un aumento en ventas del 8%. Los mayores incrementos en ventas se presentaron los piensos para aves, los productos fitosanitarios para mantenimiento de pastos, y los pollitos blancos y de colores. Este año dos nuevos Almacenes Agropecuarios Melo y Cía. fueron inaugurados en La Pintada, provincia de Coclé, y en Buena Vista, provincia de Colón.

La cadena incrementó las ventas a fincas de producción media y a fincas de granjas sostenibles ubicadas en comunidades rurales de difícil acceso. En la línea de sanidad animal la participación de Almacenes Agropecuarios Melo y Cía. creció en productos destinados al control de enfermedades de vacunos y equinos.

Con el apoyo de la Asociación Nacional de Distribuidores de Insumos Agropecuarios (ANDIA), la cadena de 46 almacenes promueve el manejo seguro de estos productos mediante capacitaciones a clientes y colaboradores.

EMPRESA DISTRIBUIDORA MELO

En 2013, la Empresa Distribuidora Melo fortaleció su estrategia de ofrecer soluciones eficientes a los productores tecnificados, e inició el cultivo de seis nuevas parcelas demostrativas de maíz híbrido marca Pioneer Hi-Bred, con las cuales se completan 52 hectáreas cultivadas en la modalidad de parcelas demostrativas en las provincias de Azuero, Coclé y Chiriquí.

Este año el crecimiento de las ventas en nuevos nichos de mercado, como las clínicas veterinarias, las entidades de control de vectores y los campos de golf, contribuyó a aumentar las ventas totales de la División Almacenes.

La Empresa Distribuidora Melo ha realizado inversiones importantes en cuartos fríos para almacenar semillas de maíz, sorgo, arroz, pasto y otros vegetales. En el 2014, se adquirirán dos máquinas de última tecnología, adicionales a las dos existentes, para garantizar a los productores un servicio de excelencia en el tratamiento de las semillas.

Los incentivos del Estado a la producción de arroz y maíz tendrán un impacto favorable en el crecimiento de la superficie sembrada en 2014, que deberá reflejarse en el comportamiento de las ventas de los paquetes tecnológicos destinados a estos cultivos comercializados por la Empresa Distribuidora Melo.

MELO AGRICULTURAL STORES

In 2013, the chain of Melo y Cía. Agricultural Stores reached an increase in sales of 8%. The largest increases in sales were poultry feed, pesticides for maintenance of pasture and white and colored chicks. This year two new agricultural stores Melo & Co. were inaugurated in La Pintada, province of Coclé, and Buena Vista, province of Colon.

The chain increased sales to average production farms and self sustainable farms located in rural communities of difficult access. In the line of animal health, the participation of agricultural stores Melo & Cía. grew up in products for the control of diseases of cattle and horses.

With the support of the National Association of Agricultural Inputs Dealers (ANDIA), the chain of 46 stores promotes the safe handling of these products through training workshops to customers and team members.

MELO DISTRIBUTION COMPANY

In 2013, the Melo Distribution Company strengthened its strategy by offering efficient solutions to the technical producers and initiated six new demonstrations of hybrid corn plots growing Pioneer Hi-Bred corn brand, with which 52 cultivated hectares are completed in the form of demonstration plots in the provinces of Azuero, Coclé and Chiriquí.

This year's sales growth in new market niches, such as veterinary clinics, institutions of control of vectors and the golf courses helped increase the total sales of the Stores Division. The company has made significant investments in cold storage rooms to store corn, sorghum, rice, grass seed and other plants. In 2014, two machines with the latest technology, in addition to the two existing ones, will be acquired to guarantee producers a service of excellence in the treatment of seeds.

In 2014, incentives from the Government for the production of rice and corn will have a favorable impact on the growth of the planted area in 2014, which should be reflected in the behavior of sales of technological packages for these crops marketed by Melo Distribution Company.



DURANTE EL 2013 LAS VENTAS REGISTRARON UN AUMENTO DE 17%. LOS MAYORES INCREMENTOS SE DIERON EN LAS NUEVAS LÍNEAS DE ALIMENTOS PARA MASCOTAS Y DE PRODUCTOS DE JARDINERÍA.

17%

During 2013, sales recorded an increase of 17%. The largest increases occurred in new lines of pet food and gardening products.



MELO PET & GARDEN

Melo Pet & Garden ofrece servicios de clínica veterinaria, peluquería y una amplia gama de accesorios, alimentos y productos de reconocidas marcas para el bienestar de las mascotas. La cadena cuenta con 27 tiendas distribuidas en todo el país. Durante el 2013 las ventas registraron un aumento de 17%. Los mayores incrementos se dieron en las nuevas líneas de alimentos para mascotas y de productos de jardinería.

Este año Melo Pet & Garden tuvo una activa participación en 15 ferias y eventos. En el segundo semestre del año se abrieron dos nuevas tiendas Melo Pet & Garden en la ciudad de Panamá, ubicadas en el corregimiento de San Francisco y en la vía Cincuentenario. Para el año 2014 se ha programado la apertura de tres nuevas tiendas Melo Pet & Garden y una inversión importante en los servicios veterinarios que ofrece la cadena.

COMASA- MULTILÁMINAS

La cadena de almacenes COMASA comercializa materiales de construcción y ferretería en 16 sucursales localizadas en las provincias de Panamá, Colón, Veraguas, Herrera y Chiriquí. Los dos almacenes Multiláminas de Panamá y David ofrecen tableros, aglomerados MDF y materiales para acabados, y brindan servicios de diseño, corte, pegado y entrega de materiales.

COMASA remodeló en el 2013 dos puntos de venta y fortaleció su presencia en ferias, eventos deportivos y torneos enfocados a clientes Premium (Ventas al por mayor). Asimismo se realizaron talleres con proveedores en los puntos de venta a fin de capacitar a clientes y personal de las tiendas en el uso eficiente de los productos que distribuye la cadena.

En el 2013, las tiendas de Multiláminas consolidaron su posición en productos de marcas propias como herramientas, cerraduras Martin Tools y ferretería, entre otros; y mantuvieron sus resultados en los productos Masisa.

MELO PET & GARDEN

Melo Pet & Garden offers Veterinary Clinic services, pet grooming and a wide range of accessories, foods and products of well-known brands for the well-being of pets. The chain has 27 stores across the country and 9 stores called Melo Pet's Market in Costa Rica. During 2013, sales recorded an increase of 17%. The largest increases occurred in new lines of pet food and gardening products.

This year, we had an active participation in 15 fairs and events. In the second half of the year two new stores were opened in Panama City, located in San Francisco, and in Via Cincuentenario . For the year 2014, the opening of three new stores is scheduled and a major investment in the veterinary services offered by the chain.

COMASA- MULTILÁMINAS

The COMASA chain of stores sells building materials and hardware in 16 branches located in the provinces of Panama, Colon, Veraguas, Herrera and Chiriquí. The two Multilaminas of Panama and David stores offer boards, MDF and finishing materials, and provide design, cutting, pasting, and delivery of materials.

In 2013, COMASA remodeled two outlets and strengthened its presence in fairs, sporting events and tournaments focused to Premium customers (wholesales.) We also conducted workshops with suppliers at the points of sale in order to offer training seminars to clients and store personnel in the efficient and best use of products distributed by the chain.

In 2013, Multilaminas Stores consolidated their position in private label products as tools, locks Martin Tools & Hardware, among others; and maintained their performance in Masisa products.



The female workforce constitutes 70%
of the labor force of the franchise

LA MANO DE OBRA FEMENINA CONSTITUYE EL 70% DE LA FUERZA LABORAL DE LA FRANQUICIA

II. DIVISIÓN RESTAURANTES

La cadena de restaurantes Pío Pío, franquicia de comida rápida que ofrece una amplia variedad de comida típica panameña como pollo asado y apanado, sancocho, arroz con pollo, ensaladas, picadas típicas, desayunos, emparedados, postres y refrescos de frutas naturales, nuestros productos son preparados con el sabor de la comida criolla.

Los restaurantes Pío Pío son la franquicia con mayor número de puntos de venta en Panamá. A finales del año 2013, la cadena contaba con 69 restaurantes, distribuidos estratégicamente en la capital y el interior del país. La franquicia cuenta también con un ágil servicio de entrega a domicilio en la ciudad de Panamá para atender con esmero a nuestros clientes.

II. RESTAURANT DIVISION

The restaurant chain Pío Pío, fast food franchise that offers a wide variety of typical Panamanian foods such as baked and breaded chicken, chicken soup, rice with chicken, salads, typical snacks, breakfast, sandwiches, desserts and drinks prepared with natural fruit. Our products are prepared with the taste of Panamanian flavored food.

Pío Pío restaurants are the franchise with the largest number of outlets in Panama. In late 2013, the chain had 69 restaurants strategically distributed in the capital and the provinces. The franchise also has an agile service delivery in Panama City to serve our customers with care and promptly.

Crecimiento, renovación de imagen e inversiones

La División Restaurantes de Grupo Melo tuvo un sólido crecimiento de ventas de 9.8% respecto al año 2012, superó los resultados presupuestados en 24.8%. El plan de expansión y remodelación de 2013 fue completado exitosamente con la apertura de cuatro nuevos restaurantes ubicados en Ciudad Bolívar (Vía Transístmica, Las Cumbres), Avenida Cuba y calle 32 (Calidonia), Avenida Cincuentenario (Parque Lefevre) y Sabanitas (Colón).

Uno de los factores clave en el desempeño de la División es el lanzamiento de atractivas campañas publicitarias. En el 2013, se lanzó la promoción "Ven y Gana", que incluyó el sorteo por tómbola de un vehículo MG3 además de numerosos premios de incentivo. Este año, el departamento de Mercadeo renovó el diseño para los vasos y los empaques incorporando líneas más frescas y modernas.

En el área de inversiones, la División Restaurantes inició la ampliación de la Planta Central de Abastos, ubicada en Juan Díaz, que incluye la adición de nuevos equipos para automatizar la preparación y el desarrollo de nuevos productos de los restaurantes Pío Pío.

La División cuenta con cerca de 1200 colaboradores. La mano de obra femenina constituye el 70% de la fuerza laboral de la franquicia. El programa de aseguramiento de calidad incluye la capacitación continua en temas relacionados con procedimientos operacionales, manipulación de alimentos, trabajo en equipo, higiene y atención al cliente, entre otros. Estos entrenamientos se realizan en el moderno centro de capacitación de la franquicia, ubicado en Plaza El Conquistador. Cada módulo incluye sesiones teóricas y prácticas bajo la supervisión de instructores de tiempo completo.

En el 2014, la División Restaurantes continuará su plan de expansión de nuevos locales de la franquicia Pío Pío, desarrollará nuevas campañas promocionales y optimizará los programas de capacitación a fin de mantener los altos estándares de servicio y calidad en cada restaurante de la cadena.

Growth, renewal of image and investment

The Restaurant Division of Grupo Melo had a strong sales growth of 9.8% compared to 2012 and it surpassed the budgeted results in 24.8%. The expansion and remodeling plan of 2013 was successfully completed with the opening of four new restaurants in Ciudad Bolívar (Transístmica, Las Cumbres), Avenida Cuba and Calle 32 (Calidonia), Avenida Cincuentenario (Parque Lefevre), and Sabanitas(Colon).

One of the key factors in the performance of the Division is the launch of attractive advertising campaigns. In 2013, the "Come and Win" promotion, which included a raffle draw of a vehicle MG3 in addition to numerous incentive awards was launched. This year, the marketing department renewed design for cups and new packaging by incorporating fresher and modern lines.

In the area of investment, the Division began the expansion of the Central Plant of Supplies, located in Juan Diaz, which includes the addition of new equipment to automate the preparation and development of new products of the Pío Pío restaurants.

The Division has about 1200 employees. The female workforce constitutes 70% of the labor force of the franchise. The quality assurance program includes continuous training on issues related to operational procedures, food handling, teamwork, hygiene and customer service, among others. These trainings are held in the modern training center, located in Plaza El Conquistador. Each module includes theoretical sessions and practices under the supervision of full-time instructors.

In 2014, the Division will continue the expansion plan of its Pío Pío Restaurants. We will develop new promotional campaigns and optimize training programs in order to maintain the high standards of service and quality in each restaurant.



III. DIVISIÓN MAQUINARIA

La División Maquinaria de Grupo Melo (Copama), comprende dos operaciones: Automotriz y Maquinaria. La operación Automotriz distribuye las marcas Isuzu, Fiat y MG, con su respectiva plataforma de soporte al producto, que incluye el servicio de taller y la disponibilidad de repuestos genuinos. La operación Maquinaria distribuye equipos de construcción y agrícolas John Deere, BOMAG, JLG, equipo agrícola, motores y vehículos utilitarios John Deere, y equipo industrial como plantas eléctricas, bombas de agua, montacargas, barredoras y fregadoras industriales y comerciales TENNANT. La División Maquinaria cuenta con un departamento de alquiler de equipo de construcción y montacargas, y con un departamento de distribución de llantas, principalmente para equipos agroindustriales y camiones.

III. MACHINERY DIVISION

The Machinery Division of Grupo Melo (Copama) comprises two operations: Automotive and Machinery. The automotive operation distributes Isuzu, Fiat and MG, with their respective product support platform, which includes the service workshop and the availability of genuine spare parts. The machinery operation distributes industrial and agricultural John Deere equipment, BOMAG, JLG, agricultural equipment, construction equipment, engines and utility John Deere vehicle, and industrial equipment as power plants, water pumps, lifts, sweepers and scrubber industrial and commercial TENNANT. The Division has a rental department that facilitates equipment such as construction equipment and forklifts, and a Tire Distribution Department, primarily for agro-industrial equipment and trucks.

La operación Automotriz inició en 1979 la exitosa distribución de la línea de vehículos comerciales Isuzu; desde el 2004 es el distribuidor exclusivo de autos Fiat y a partir de 2010 comercializa la línea de sedanes de la marca Morris Garages MG.

Tanto en la operación Maquinaria como en la Automotriz, la excelencia del servicio de postventa garantiza el incremento de la durabilidad y eficiencia de la inversión de los clientes de Copama.

2013: liderazgo, nuevos lanzamientos e inversiones

Las ventas de la División Maquinaria crecieron 1% respecto al año 2012. En el 2013 la línea Isuzu obtuvo excelentes resultados. El nuevo pick up D-MAX, cuyo lanzamiento se realizó a finales de 2012, se ubicó en la posición #2 de su segmento en un mercado extremadamente competitivo. Las ventas de este modelo crecieron 11%, con lo cual se alcanzó una participación de mercado de 14%, según la Asociación de Distribuidores de Automóviles de Panamá (ADAP). Otro logro destacado de este año fue la recuperación del liderazgo (posición #1) en la venta de camiones livianos Isuzu, que creció 17% para lograr un 21% de participación de mercado, de acuerdo a cifras de la ADAP.

En el 2013 la operación Automotriz presentó al mercado panameño el modelo QKR de Isuzu, un camión ligero, versátil y durable con un desempeño destacado en una amplia gama de actividades. El liderazgo regional en ventas de la línea Isuzu fue reconocido por la empresa fabricante al seleccionar este año a la agencia de Copama en Villa Lucre como sede del centro de capacitación técnica de distribuidores de Isuzu para Centroamérica y el Caribe.

La línea MG se ubicó como una de las marcas de vehículos sedanes de mayor crecimiento en el país, con un incremento en ventas del 69% en el 2013.

Copama distribuye seis modelos de la línea de pasajeros y tres versátiles modelos comerciales de la marca Fiat. En octubre, se inició la venta del nuevo modelo FIAT 500 L, un auto seguro y espacioso, con 4 puertas.

Este año Copama Automotriz organizó nuevas promociones, exhibiciones en centros comerciales y empresas, capacitaciones a flotistas, publicidad en televisión, radio, prensa, redes sociales y web, y visitas a fábrica con clientes, y participó en el Motorshow de verano, el Motorshow oficial, la Feria de las Grandes Marcas, y en ferias regionales. El departamento de postventa organizó noches de venta de repuestos, promociones especiales, y actividades específicas a través del centro de llamadas.

In 1979, the Automotive Operation the successful distribution of the Isuzu line commercial vehicles; and since 2004, we are the exclusive distributor of Fiat cars and from 2010 we represent Morris Garages MG that sells MG sedans.

In both the machinery and the automotive operations the excellent of our service and ensure increased quality that our customers trust.

2013: leadership, new launches, and investment

Sales in the Machinery Division grew 1% compared to 2012. In 2013, the Isuzu line obtained excellent results. The new D-MAX pickup, which was launched at the end of 2012, was at the # 2 position in its segment in an extremely competitive market. Sales of this model increased 11%, thus a market share of 14%, according to the Automobile Dealers Association of Panama (ADAP) was reached. Another notable achievement this year was the recovery of leadership (position # 1) on the sale of Isuzu light trucks, which grew 17% to achieve a 21% market share, according to figures from ADAP.

In 2013, the Automotive operation introduced the Isuzu model QKR, a lightweight, versatile and durable truck with a prominent role in a wide range of performance activities for the Panamanian market. The regional leadership in sales of the Isuzu line was recognized by the manufacturer and selected this year our agency in Villa Lucre Copama as host for technical a Isuzu Training Center for dealers for Central America and the Caribbean.

The MG line ranked as one of the fastest growing brands of vehicles in the country, with an increase in sales of 69% in 2013.

Copama distributes six models of passenger cars and three versatile commercial Fiat models. In October, sales of the new model FIAT 500 L model, a safe and spacious car with 4 doors began.

This year Copama Automotive organized new promotions, displays in shopping centers and businesses, training to fleet owners, advertising on television, radio, press, web and social networks, factory visits with clients, and participated in the summer Motorshow, the official Motorshow the Great Brands fairs and regional fairs. The department organized aftermarket night parts sales, special promotions, and specific activities through the call center.



En la línea John Deere Agrícola, Copama continúa encabezando el mercado de tractores con un 38% de participación de mercado. En cosechadoras de granos la empresa también es líder. De otra parte, en el 2013, debido a la sostenida contracción de la actividad agrícola en rubros tradicionales como el arroz, la División ha redirigido su enfoque hacia el sector de la lechería; en particular se ha ampliado exitosamente la comercialización de equipo de forraje.

Este año Copama lanzó nuevos productos en el segmento de riego y motores John Deere, ingresó al mercado la línea comercial Tennant, y continuó su incursión en el mercado de gators con sólidas perspectivas de crecimiento.

En el 2013, la División Maquinaria culminó la remodelación de la sucursal de Los Santos, que incluye sala de ventas y taller, amplió el inventario de la operación y de la línea de construcción de Copama Rental, e inició la construcción de la nueva sucursal automotriz en La Chorrera, que abrirá sus puertas en el primer semestre de 2014.

Para promover las ventas, la División Maquinaria realizó exhibiciones, visitas a fábricas con clientes, días de campo con la asesoría de nuestro personal, publicidad en los diferentes medios de comunicación, capacitación a clientes, y conferencias, y participó en las ferias de la Cámara Panameña de la Construcción [Capac], ExpoMinera, ExpoLogística, y en ferias regionales.

Los departamentos de postventa de Maquinaria y Automotriz registraron crecimientos importantes en el 2013. Para garantizar una reparación acorde con los estándares de cada fábrica, Copama invierte en infraestructura y herramientas especiales, y mantiene un programa de capacitación continua, así como una amplia disponibilidad de repuestos genuinos.

Copama proyecta crecer en todas las líneas en el 2014. Para el próximo año se ha programado el inicio de operaciones de la agencia de Maquinaria en Chiriquí y la inauguración de un local para venta de repuestos en Penonomé.

In the John Deere Agricultural line, Copama continues leading the tractor market with 38% market share. The company is also leading in grain harvesters. Moreover, in 2013, due to sustained contraction of the agricultural activity in traditional items like rice, the Division has redirected its focus to the dairy sector; in particular, it has successfully expanded the marketing of forage equipment.

This year Copama launched new products in the segment of irrigation and John Deere engines, Tennant commercial line entered the market and continued its foray into the market of gators with solid growth prospects.

In 2013, the Machinery Division completed the remodeling of the branch in Los Santos Province, which includes showroom and workshop, expanded the inventory of the operation and the building line of Copama Rental, and began the construction of the new automotive branch La Chorrera, which will open in the first half of 2014.

To promote sales, the Division conducted exhibitions, visits to factories with customers, field staff with the assistance of our personnel, advertising in different media, customer training, conferences, and participated in fairs of the Panamanian Chamber of Construction (CAPAC), ExpoMinera, ExpoLogística, and regional fairs.

In 2013, the after sales departments of machinery and automotive operations reported significant growths to ensure consistent standards of each trademark, Copama invests in infrastructure and special tools and maintains a continuous training program, as well as a wide availability of genuine spare parts.

In 2014, Copama plans to grow in all of its lines. For next year, it is scheduled to begin operations of the Copama Agency in Chiriquí and the inauguration of premises for the sale of spare parts in Penonomé.

RESPONDIÓ FAVORABLEMENTE A LOS RETOS PROPIOS DEL MERCADO

The performance of the Real Estate Division responded to the unique challenges of the growing market



IV. DIVISIÓN BIENES RAÍCES

La División Bienes Raíces de Grupo Melo ha comercializado durante tres décadas atractivas propiedades campestres de montaña otorgando la mayor prioridad al disfrute y protección de paisajes y ecosistemas únicos en el país, y garantizando la seguridad y el confort de sus clientes en Los Altos de Cerro Azul y Altos del María.

Los Altos de Cerro Azul es una tranquila comunidad, ubicada a 900 metros sobre el nivel del mar, cerca de la reserva del Parque Nacional Chagres. Situado a menos de una hora de la ciudad de Panamá, este conjunto residencial de montaña alberga propiedades rodeadas de cómodas estructuras para disfrutar la excepcional riqueza de la flora y fauna del área.

IV. REAL ESTATE DIVISION

Our Real Estate Division has marketed for three decades attractive countryside properties giving the highest priority to the enjoyment and protection of landscapes and ecosystems unique in the country, and ensuring the safety and comfort of its customers in Los Altos de Cerro Azul and Altos del María.

Los Altos de Cerro Azul is a quiet community located 900 meters above sea level, close to the Chagres National Park Reserve. It is located less than an hour from Panama City. This residential complex in the mountains includes home properties surrounded by comfortable structures excellent to enjoy the exceptional richness of the flora and fauna of the area.

El proyecto Altos del María está localizado en el distrito de Chame. Los lotes y las residencias, están rodeados de ríos, lagos y caídas de agua y cuentan con seguridad 24 horas al día. El desarrollo residencial incluye un amplio abanico de opciones para disfrutar la naturaleza, como senderos y visitas guiadas, así como estaciones para el avistamiento de aves y otras especies. Además, el proyecto cuenta con un restaurante con menú internacional, canchas de tenis, áreas sociales para meditación y relajación, y un centro de actividades equipado con gimnasio, biblioteca y salón de conferencias. Las propiedades de Altos del María, en donde se disfruta de una temperatura de 17 °C, se encuentran a tan solo 30 minutos de los principales desarrollos de playa del Pacífico panameño.

En el 2013 el desempeño de la División Bienes Raíces respondió a los retos propios del crecimiento del mercado de grandes proyectos enfocados al sector de descanso y esparcimiento. La estrategia de mercadeo ha sido un factor clave para ampliar su participación en este mercado. En este período se pusieron en marcha y se consolidaron las siguientes metas:

- Se continuó con una fuerte presencia en televisión y redes sociales para comunicar las novedades de Altos del María y Altos de Cerro Azul, y las actividades programadas para generar visitas.
- El parque de cuerdas bajas, ubicado en Altos del María, se consolidó como una opción para que el segmento corporativo realice actividades de "Team Building" y conozca de primera mano el entorno del proyecto, sus confortables y variadas alternativas de entretenimiento, y las diferentes opciones residenciales.
- Luxury Camping. La División Bienes Raíces de Grupo Melo lanzó en 2013 la oferta de acampar en lujosas y confortables tiendas de campaña ("Glamping - Glamour Camping") para acercarse a la experiencia de vivir en Altos del María. Los visitantes disfrutan los magníficos paisajes, se unen a excursiones programadas para conocer las cascadas y los senderos interpretativos y se relajan en las noches estrelladas al calor de una fogata. A nivel internacional, esta propuesta pionera en Panamá se apoya en la gestión de extranets ihotelier, que garantiza el acceso prioritario a información sobre el proyecto en Kayak, Megasearch, y otros buscadores.
- Actividad ecoturística en Altos del María dirigida a potenciales clientes nacionales e internacionales. Esta actividad incluye el desarrollo de tours con enfoques como Desarrollo inmobiliario, Escalada de El Picacho, Leyenda de Altos del María, senderismo diurno y nocturno, avistamiento de aves y otras especies, visita a cascadas, y giras en el nuevo Explorer Truck, un vehículo que garantiza una confortable experiencia a usuarios de diferentes edades.

The project Altos del María is located in the District of Chame. Lots and residences are surrounded by rivers, lakes and waterfalls and it has security 24 hours a day. Our residential development includes a wide range of options to enjoy the nature trails and guided tours, as well as, watching stations for birds and other species. In addition, the project features a restaurant with an international menu, tennis courts, social areas for meditation and relaxation and an activity center with gym, library and Conference room. In the project of Altos del María, you can enjoy a temperature of 17 ° C, and is just 30 minutes from the main beach developments of the Panamanian Pacific.

In 2013, the performance of the Real Estate Division responded to the unique challenges of the growing market for large projects focused on rest and recreation. The marketing strategy has been a key to enhance its participation in this market. In this period the following goals were launched:

- We continued with a strong presence on television and social networks to communicate updates in los Altos del María and Altos de Cerro Azul, and scheduled activities to generate visits.
- The ropes park located at Altos del María was consolidated as an option for the corporate segment so it can perform activities of "Team Building" and learn first-hand the project environment, its comfortable and varied entertainment alternatives and the different residential options.
- Luxury Camping: In 2013, the Division launched the offer of camping in luxurious and comfortable tents ("Glamping - Glamour Camping") to approach the experience of living in Altos del María. Visitors enjoy magnificent landscapes; join excursions to see the waterfalls and the nature trails and starry nights relaxing in the heat of a fire camp. At the international level, this proposed, pioneer in Panama, relies on the management of extranets ihotelier, guaranteeing priority access to information about the project in kayaking, Megasearch, and other search engines.
- Ecotourism activity in Altos del María is directed to potential domestic and international customers. This activity includes the development of tours with themes such as Real Estate Development, Climbing of El Picacho, Legend of Altos del María, day and night hiking, bird watching and other species, visit to waterfalls, and tours in the new Truck Explorer, a vehicle that ensures a comfortable experience for users of different ages.

- La División Bienes Raíces es la sede de actividades deportivas como Panama Off Road Altos del María, Reto Altos del María y el circuito ASICS Trail Mobil.
- Se renovaron las páginas web de Altos del María y de Los Altos de Cerro Azul.

En Altos del María se concluyó la venta de lotes programada para este año y se inició la oferta de lotes de mayor tamaño, a mayor altura, ubicados más cerca de las áreas boscosas protegidas y con vista hacia los océanos que son de mucho interés para nuestros clientes.

Para ampliar la oferta de entretenimiento, se culminó el plan maestro que incluye nuevos senderos, miradores y una granja educativa. El objetivo es ofrecer una experiencia interactiva para disfrutar el contacto con la naturaleza. Asimismo, el restaurante Senderos presentó una nueva propuesta gastronómica para satisfacer tanto a los propietarios de Altos del María como la creciente afluencia de visitantes.

La División Bienes Raíces de Grupo Melo es la representante exclusiva de la franquicia United Country, especializada en ofrecer una exclusiva selección de propiedades en las playas del Pacífico, la ciudad de Panamá y comunidades cerradas de montaña. Durante el año 2013, con el apoyo de la casa matriz, se presentó la marca United Country a corredores de bienes raíces en la capital y el interior del país. También se amplió el listado de propiedades de reventa en Altos del María y Los Altos de Cerro Azul, y se incorporaron nuevas propiedades ubicadas en la ciudad de Panamá, Coronado, Gorgona, el Valle de Antón, Pedasí y Boquete.

Este año la División inició la operación de la empresa Jardines y Paisajes, dedicada a ofrecer servicios de limpieza de jardines y recolección de desechos orgánicos en Altos del María.

Los ingresos por ventas de la División Bienes Raíces para el 2013 presentaron una leve disminución, en comparación al año 2012. Sin embargo, el margen bruto, aumentó 3.18% respecto al mismo año.

En el 2014 la División Bienes Raíces se orientará a fortalecer su posición como planificador, desarrollador y promotor de productos inmobiliarios innovadores complementados con exclusivas instalaciones de entretenimiento y servicios para distintos segmentos de mercado. Bajo esa perspectiva, se promoverá la venta de los proyectos Valle Bonito, compuesto de 122 lotes, y Villas de Siena, un complejo habitacional y comercial en un área de 2 hectáreas aproximadamente. En Villas de Montalcino, la División ofrecerá amplias residencias de estilo campestre. Para el segundo semestre, se realizará el lanzamiento de 90 lotes en el sector Atlántico (Urbanización León).

- The Real Estate Division hosts sport activities such as Off Road Panama Altos del Maria, Challenge Altos del Maria and ASICS Trail Mobil circuit.
- Websites of Altos del Maria and Los Altos de Cerro Azul were renewed.

Altos del Maria concluded the sale of lots scheduled for this year and began offering bigger and higher lots located closer to the protected forest areas and overlooking the ocean. These properties are sought after by our clients.

To expand the range of entertainment, we finished the master plan that includes new trails, viewpoints and an educational farm plan was completed. The objective is to provide an interactive experience to enjoy the contact with nature. Also, the restaurant "Senderos" presented a new gastronomic proposal to satisfy both the owners of Altos del Maria as well as the growing number of visitors.

The Division is the exclusive representative of United Country franchise, specialized in offering an exclusive selection of properties in the Pacific beaches, Panama City and mountain gated communities. During the year 2013, with the support of the parent company, United Country brand was presented to realtors in the capital and the provinces. Also, we expanded the list of properties for resale in Altos del Maria and Los Altos de Cerro Azul and incorporated new properties located in the Panama City, Coronado, Gorgona, el Valle, Pedasi and Boquete.

This year the Division began the operation of the company Gardens and Landscapes, which offers services of cleaning gardens and collection of organic waste in Altos del Maria.

Revenues of the Real Estate Division for 2013 showed a slight decrease compared to 2012. However, gross margin increased 3.18% over the same year.

In 2014, the Real Estate Division will aim to strengthen its position as a planner, developer and promoter of innovative real estate products with exclusive entertainment facilities and services for different market segments. From this perspective, the sale of the Valle Bonito project, consisting of 122 lots, and Villas Siena, a residential and commercial complex in an area of approximately 2 hectares will be promoted. In Montalcino Villas, the Division will offer spacious country-style residences. For the second half of the year, the release of 90 lots will be held in the Atlantic sector (Urbanización León).



GRUPO ALIMENTOS

FOODS GROUP



El Grupo Alimentos del Grupo Melo está a la vanguardia de la industria avícola de Centroamérica y el Caribe. Su eficiente sistema de integración vertical incluye una planta de elaboración de piensos que impulsan la eficiencia de las granjas avícolas del grupo, cuyos resultados en reproductoras se ubican entre los cinco primeros de la región. Para satisfacer el crecimiento de la demanda del mercado nacional e internacional, el Grupo Alimentos ha modernizado la planta de procesamiento de aves incorporando tecnología de punta. La planta de valor agregado Manuel E. Melo (MEM) produce alimentos congelados a base de pollo, que además de satisfacer la demanda del país, también son exportados a Centroamérica, el Caribe y América del Sur. El Grupo Alimentos procesa una amplia variedad de embutidos a base de pollo ha liderado el lanzamiento de productos como los bollos de maíz y los buñuelos de maíz nuevo. Una flota de 150 vehículos distribuye cada día los productos del Grupo Alimentos en tiendas, hoteles, restaurantes, supermercados y franquicias en todo el país. La cadena de procesamiento del Grupo Alimentos, desde la producción de alimentos para las aves, hasta las plantas de procesamiento como producto final, es auditada por expertos internos y externos para garantizar que el Grupo Alimentos cumple con los estándares de la más avanzada industria avícola del mundo.

Grupo Melo's Foods Group is at the forefront of the poultry industry in Central America and the Caribbean. Its efficient vertical integration system includes a feed processing plant which boosts the efficiency of our poultry farms and our results in breeding are in the top five in the region. To meet the growth of the domestic and international market demand, the Foods Group has modernized the poultry processing plant incorporating state of the art technology. The Manuel E. Melo Value-added plant (MEM) produces frozen food made with chicken meat, that besides meeting the demand of the country we export to Central America, the Caribbean and South America. The Foods Group processes a wide variety of sausages made with chicken and has led the launch of new products, such as: the corn muffins and new corn fritters. We have a fleet of 150 vehicles distributing our products in shops, hotels, restaurants, supermarkets and franchises across the country every day. The processing chain of the Foods Group, from the production of food for the birds, to the processing plants as end product, is audited by internal and external experts to ensure that the Foods Group complies with the standards of the world's most advanced poultry industry.

GRUPO ALIMENTOS

FOODS GROUP

I. DIVISIÓN ALIMENTOS-PIENSOS

La calidad del alimento de las aves es un factor decisivo en los importantes resultados obtenidos por el Grupo Alimentos en el año 2013. La División Alimentos Piensos opera una de las plantas de producción de alimentos de animales más modernas de Centroamérica y el Caribe, y produce alimentos diseñados para cubrir las necesidades de las ponedoras, las reproductoras y los pollos de engorde durante todo el ciclo productivo. En esta planta también se elaboran alimentos para cerdos, equinos y conejos.

En 2013, SGS, empresa líder mundial en el sector de inspección y verificación de procesos industriales y comerciales, otorgó a la planta de piensos Sarasqueta la certificación del Programa Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (Hazard Analysis and Critical Control Points — HACCP). El proceso incluyó el examen del manejo de las instalaciones y sus alrededores, el cumplimiento de las normas internacionales y nacionales de la industria avícola, la documentación de las prácticas de manufactura, la calidad de los ingredientes utilizados y el entrenamiento del personal, entre otros temas.

Para satisfacer los requerimientos nutricionales de las aves e impulsar la eficiencia del Grupo Alimentos, la División Alimentos Piensos incorporó, en el 2013, el proceso de extrudización (presión y pre-cocción) de frijol de soya, que permite obtener un complejo de excelentes cualidades que incluye la harina de soya y el aceite virgen del mismo vegetal. Este proceso y la continua implementación de buenas prácticas en las granjas se reflejaron en la salud de las aves y en el mejoramiento de la conversión de alimento a libras de carne. Este año la División Alimentos logró que el factor de conversión mejorara un 2%, lo que representó un ahorro significativo.

I. FOODS - ANIMAL FEED DIVISION

The quality of our animal feed is a decisive factor in the significant results obtained by the Foods Group in 2013. The Foods Animal - Feed Division operates one of the most modern animal food production plants in Central America and the Caribbean, and produces feed designed to meet the needs of layers, breeder hens and broilers during the entire production cycle. In this plant, feed for pigs, horses and rabbits are also made.

In 2013, SGS, the world leader in the field of inspection and verification of industrial and commercial processes, awarded our Animal Feed Plant "Sarasqueta" with a certification of the program Hazard Analysis and Critical Control Points - HACCP. The process included the review of the management of our facilities and their surroundings, compliance with international and national standards of the poultry industry, the documentation of the manufacturing practices, the quality of the ingredients used and the training of personnel, among other topics.

In 2013, to satisfy the nutritional requirements of the birds and boost the efficiency of the Foods Group, the Foods Animal Feed Division incorporated, the process of extrudización (pressure and pre-cooking) of soybean, which allows us to obtaining a complex of excellent qualities including soy flour and virgin oil of the soybean. This process and the continuous implementation of good practices on farms were reflected in the health of the birds and the improvement of the conversion of food to pounds of meat. This year the Foods Division managed to improve the conversion factor by 2%, which represented significant savings.



El 80% de la producción de la planta de la División Alimentos Piensos se destina a las fincas del Grupo Alimentos y el 20% se comercializa a través de los Almacenes Agropecuarios Melo y Cía. Este año el crecimiento total de las ventas de la División Alimentos Piensos fue de 6% en relación al año 2012. La demanda de las granjas del Grupo se incrementó en 5%, mientras que la producción distribuida a través de la División Almacenes de Grupo Melo creció 10%. En este período, las ventas de la División Alimentos Piensos a través de la División Almacenes se repartieron de la siguiente manera: 70% alimentos para aves, 25% para la producción porcina y 5% para equinos, conejos, patos y ganado.

Los resultados financieros de la División Alimentos Piensos están vinculados al manejo de la volatilidad de los precios de las materias primas. Durante los primeros 10 meses del año 2013, el costo de los insumos utilizados en la planta de alimentos registró un incremento cercano al 9% respecto al año 2012. El conocimiento del mercado, así como la provisión de instrumentos financieros para proteger la inversión de la División, permitieron aprovechar el descenso de los precios de los dos últimos meses del año.

Para el año 2014 se prevé una menor volatilidad del precio del maíz, lo cual impactará de manera positiva los costos de la División Alimentos Piensos ya que este grano representa el 60% de nuestras fórmulas.

II. DIVISIÓN ALIMENTOS - PRODUCCIÓN

La División Alimentos-Producción es un centro de costos cuyo objetivo es la gestión eficiente de las fincas reproductoras y sus plantas de incubación; las fincas de ponedoras donde se producen huevos de mesa, con las plantas clasificadoras; y las fincas de pollos de engorde propias y de contratistas. En todos los procesos de cada granja es fundamental el aseguramiento de la calidad mediante el riguroso cumplimiento del programa de Buenas Prácticas de Manufacturas que rige la industria avícola.

80% of the Foods Animal Feed Division production is intended for the farms of the Foods Group and 20% is sold through the agricultural stores Melo & Co. This year, the total sales growth of the Foods Animal Feed Division was 6% compared to 2012. The demand of the farms of the Group increased by 5%, while production distributed through Grupo Melo's Stores Division grew 10%. In this period, sales from the Foods Animal Feed Division, through the Stores Division were distributed as follows: 70% poultry feed, 25% for swine production and 5% for horses, rabbits, ducks and cattle.

The financial results of the Foods Animal Feed Division are linked to managing the volatility of prices of raw materials. During the first 10 months of 2013, the cost of raw material used in the food plant recorded an increase of close to 9% compared to 2012. The knowledge of the market, as well as, the knowledge of financial instruments to protect the investment of the Division, allowed taking advantage of falling prices in the last two months of the year.

2014 is expected to lower volatility in corn prices, which will impact positively the Foods Animal Feed Division costs since this grain represents 60% of our formulas.

II. FOODS—PRODUCTION DIVISION

The Foods—Production Division is a cost center whose aim is the efficient management of breeder farms and hatcheries; layer hens' farm which produce table eggs, with the sorting plants; and farms for broilers, which belong to Grupo Melo and to contractors. The quality assurance through the rigorous compliance of the good practices of manufacturing program that governs the poultry industry is essential in all processes of each farm.

El año 2013 la División Alimentos-Producción del Grupo Alimentos registró incrementos extraordinarios en sus principales cifras de desempeño. La producción de huevos comerciales aumentó 10% y la de huevos fértiles 6%. La venta de estos últimos creció 22% en unidades vendidas. La División reportó un aumento de dos pollitos por gallina alojada en reproductoras, la disminución de 0.60% en la mortalidad, la reducción de cuatro puntos en la eficiencia y un aumento de 10% en el peso de los pollos de engorde.

La División Alimentos-Producción implementa desde hace algunos años un plan de modernización para automatizar y mejorar el sistema de ambiente controlado en las fincas a fin de incrementar la eficiencia y eficacia de cada proceso. La incorporación de estas nuevas tecnologías en las granjas ha contribuido a compensar factores que afectan la rentabilidad de la industria como el alza del precio de los granos, la energía y el combustible, entre otros. La División ha implementado medidas adicionales para la reducción de costos como el cambio al sistema trifásico en las fincas del sector de Carriazo, la instalación de incubadoras más eficientes en la planta El Sol y la utilización de equipos de última generación para ahorrar energía.

A finales de 2013, el 87% de las fincas de producción de huevos de mesa operaba con un sistema moderno, lo que ha permitido incrementar los controles de bioseguridad, reducir la mortalidad, aumentar la producción por área y reducir los recursos dedicados al manejo de la producción. Este año, el 38% de los pollos de engorde se criaron en instalaciones que cuentan con ventilación tipo túnel y con sistemas que garantizan una eficiente provisión de alimento y agua a las aves.

El número de pollos de engorde manejados en estas instalaciones creció 14% en este periodo. Entre las inversiones realizadas en el año 2013 destacan la adquisición de dos nuevas incubadoras y el reemplazo de una de las mini hidroeléctricas por una con mayor capacidad. Durante la época de lluvia, la red de mini hidroeléctricas operadas por Grupo Melo provee la electricidad de todas las instalaciones del Grupo Alimentos en Cerro Azul garantizando un ahorro significativo y la utilización de energía limpia.

Por segundo año consecutivo, a partir de resultados obtenidos mediante una encuesta de desempeño, la empresa Cobb Vantress, proveedora mundial de gallinas reproductoras, destacó la eficiencia en reproducción, salud y alimentación de una de las granjas de la División Alimentos Producción, que obtuvo la posición #1 en la República de Panamá. Este mismo lote se posicionó como uno de los cinco mejores de la región.

In 2013, the Foods-Production Division of the Foods Group recorded extraordinary increases in its main performance figures. Commercial egg production increased 10% and fertile eggs 6%. The sale of the latter grew 22% in units sold. The Division reported an increase of two chicks per hen housed in breeding, declining 0.60 percent in mortality, reduction of four points in efficiency and a 10% increase in the weight of broilers.

The Foods-Production Division has implemented for some years now, a modernization plan to automate and improve the system of controlled environment on farms in order to increase the efficiency and effectiveness of each process. The incorporation of these new technologies in our farms has helped offset factors affecting the profitability of the industry as the rise in the price of grains, energy and fuel, among others. The Division has implemented additional measures for the reduction of costs as the change to the three-phase electric system in farms of the sector of Carriazo, installing more efficient incubators in El Sol plant and the use of cutting-edge equipment to save energy.

At the end of 2013, 87% of the table egg production farms operated with a modern system, which has allowed increased biosecurity controls, reduced mortality, increased production by area and reduces the resources devoted to the management of the production. This year, 38% of the broilers were reared in facilities that have tunnel ventilation system and with systems that guarantee an efficient provision of food and water for the birds.

In this period, the number of broilers handled in these facilities grew 14%. Among the investments made in 2013 we have: the acquisition of two new hatcheries and the replacement of one of the mini hydroelectric powered by one with higher capacity. During the rainy season, the network of mini hydroelectrics operated by the company provides electricity for all plants in the Foods Group in Cerro Azul, guaranteeing significant savings and the use of clean energy.

For the second consecutive year, based on results obtained through a survey of performance, the company Cobb Vantress, global provider of breeder hens, emphasized efficiency in reproduction, health and feeding in one of the farms of the Foods Production Division, which was #1 in the Republic of Panama. This same lot was positioned as one of the five best in the region.



The results of this period are linked
to the application of a demanding
policy of quality assurance

**LOS RESULTADOS DE
ESTE PERIODO ESTAN
VINCULADOS A LA
APLICACION DE UNA
EXIGENTE POLITICA DE
ASEGURAMIENTO DE
LA CALIDAD**

Los excelentes resultados obtenidos por la División Alimentos Producción este año están vinculados a la elección de aves con buena genética, la aplicación de estrictos controles de bioseguridad, la capacitación constante del personal y la implementación y certificación del Programa de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (Hazard Analysis and Critical Control Point — HACCP) en las plantas de clasificación de huevos.

Para el próximo año, la División Alimentos Producción continuará la mejora de los parámetros productivos y el plan de modernización y automatización. Asimismo, se dará seguimiento a la implementación de medidas de control de costos y al fortalecimiento a los programas para asegurar la calidad. En el 2014 se continuarán realizando auditorías internas en todas las plantas y fincas, propias y de contratistas para optimizar nuestros resultados.

III. DIVISIÓN ALIMENTOS - PROCESAMIENTO Y MERCADEO

La División Alimentos Procesamiento y Mercadeo del Grupo Alimentos cuenta con una planta procesadora de aves, siete agencias ubicadas en puntos estratégicos en el territorio nacional y equipadas para garantizar la calidad de los productos. Adicionalmente cuenta con una flota de 123 camiones que distribuye pollos enteros y en presas, huevos de mesa, embutidos y productos de valor agregado a miles de clientes en tiendas, hoteles, restaurantes, supermercados y franquicias en todo el país.

Las metas de comercialización establecidas para el año 2013 fueron cumplidas por la División Alimentos Procesamiento y Mercadeo. Las ventas totales registraron un crecimiento de 11%. La venta de pollo entero se incrementó en 10. La venta de huevos por docena sobrepasó en 18% los resultados del año pasado, mientras que la de huevos en caja remontó en 12% la cifra del 2012.

Los resultados de este período están vinculados a la aplicación de una exigente política de aseguramiento de la calidad, el lanzamiento sostenido de campañas de mercadeo, la capacitación del equipo de colaboradores y la inversión en infraestructura y tecnología.

La División comenzó en el 2012 el programa de actualización de la planta de sacrificio de aves, que incluye indicadores precisos para medir el impacto de la nueva tecnología en la recepción de aves, el colgado, sacrificio, escaldado, eviscerado, lavado, enfriamiento, clasificación y empacado.

This year, the excellent results obtained by the Foods Production Division are linked to the choice of birds with good genetics, the application of strict biosecurity controls, the constant staff training and the implementation and certification of the program Hazard Analysis and Critical Control Point - HACCP in our egg grading plants.

For next year, the Foods-Production Division will continue the improvement of productive parameters and the modernization and automation plan. Also, it will monitor the implementation of cost control measures and the strengthening of the programs to ensure quality controls. In 2014, internal audits will continue in all our plants and farms, and contractors' farms to optimize our results.

III. FOODS-PROCESSING AND MARKETING

The Foods—Processing and Marketing Division of the Foods Group has a poultry processing plant, seven agencies located at strategic points in the country and are equipped to ensure the quality of products. It also has a fleet of 123 trucks which distributes whole chickens and in pieces, table eggs, chicken cold cuts and value added products to thousands of customers in stores, hotels, restaurants, supermarkets and franchises across the country.

Marketing goals established for 2013 were fulfilled by the Foods-Processing and Marketing Division. Total sales grew 11%. The sale of whole chicken increased by 10%. The sale of eggs by the dozen exceeded by 18% the results of last year, while boxed eggs went up 12% higher than 2012.

The results of this period are linked to the application of a demanding policy of quality assurance, the sustained launching of marketing campaigns, staff training and investment in infrastructure and technology.

The Division began in 2012 the upgrade program of the processing plant, which includes precise indicators to measure the impact of new technology in receiving birds, hanging, slaughtering, scalding, evisceration, washing, cooling, sorting and packing.

En la primera etapa de modernización se mejoraron las infraestructuras destinadas a recibir las aves, iniciar su preparación, evisceración y escaldado, y garantizar el grado de enfriamiento requerido para preservar el valor y la calidad de los productos Melo. La nueva tecnología de enfriamiento ha reducido de 3°C a 4°C la temperatura promedio de almacenamiento. Anteriormente se sacrificaban 7,600 pollos por hora. Con las inversiones realizadas en esta primera fase, se sacrifican 9,800 pollos por hora. Al concluir la modernización de la planta, se alcanzará una velocidad de sacrificio de 12,000 aves por hora. En el área de gallinas, la cifra de sacrificio pasó de 3,000 a 6,000 en el 2013. El mejoramiento en el corte y la disminución de mermas innecesarias casi duplicó el rendimiento de la planta.

Se espera que a finales del año 2015 o inicios del próximo, el proceso de modernización haya culminado. En el 2015, Grupo Melo operará una de las instalaciones más modernas de la industria avícola de América Central y el Caribe.

La distribución de productos también mostró un mejoramiento importante en el 2013. Los proyectos públicos y privados de infraestructura vial, hotelera y residencial influyeron en la apertura de nuevas rutas y el crecimiento de los resultados de las agencias ubicadas en Bocas del Toro, Chiriquí, Darién, Aguadulce, Azuero y Santiago. Se destaca el desempeño de la agencia de distribución de Darién, que presentó un crecimiento en ventas de 20%.

En el año 2014 las metas de la División Alimentos Procesamiento y Mercadeo se orientan a incrementar la competitividad y la eficiencia de sus departamentos con el fin de aprovechar el crecimiento económico del país y la apertura de nuevos mercados. La División continúa preparándose para afrontar los futuros retos del mercado avícola y de alimentos en general.

In the first stage of modernization, upgrading the infrastructures to receive the birds were improved, begin their preparation, evisceration and scalding, and ensuring the degree of cooling required to preserve the value and quality of Melo products. The new cooling technology has reduced from 3° C to 4° C the average temperature of storage. Previously, 7,600 chickens per hour were sacrificed, with the investments made in this first phase, 9,800 chickens per hour are slaughtered now. Upon completion of the modernization of the plant, the rate of slaughtering of 12,000 birds per hour will be reached. In the area of hens, the number of sacrifices went from 3,000 to 6,000 in 2013. Improvement in cutting and reducing unnecessary losses nearly doubled the output of the plant.

It is expected that by the end of 2015 or the next year, the modernization process will be completed. In 2015, we will operate one of the most modern facilities of the poultry industry in Central America and the Caribbean.

In 2013, product distribution also showed a significant improvement. Public and private projects of road infrastructure, hotel and residential infrastructure, influenced the opening of new routes and the growth performance of the agencies located in Bocas del Toro, Chiriquí, Darién, Aguadulce, Azuero and Santiago. The Darien agency, presented a 20% growth performance in sales.

In 2014, the goals of the Foods—Processing and Marketing Division are aimed at increasing the competitiveness and the efficiency of its departments in order to take advantage of the country's economic growth and the opening of new markets. The Division continues to prepare to meet the future challenges of the poultry market in general.





LA DIVISIÓN PRODUCE UNA AMPLIA VARIEDAD DE EMBUTIDOS, SALCHICHAS, CHORIZOS, Y JAMONES DE POLLO Y CERDO

The Division produces chicken products such as a wide variety of processed meats, hams and several pork and beef products.

IV. DIVISIÓN ALIMENTOS - VALOR AGREGADO

La División Alimentos - Valor Agregado cuenta con tecnología de punta y un equipo de profesionales dedicados a diseñar innovadores productos para el mercado nacional y la exportación, que son procesados en la Planta Manuel E. Melo (MEM). Su especialidad es la línea de alimentos congelados, listos para cocinar, como nuggets, pechugas apanadas, hamburguesas, alitas y filetes. En la planta de Pueblo Nuevo, la División produce una amplia variedad de embutidos, salchichas, chorizos, y jamones de pollo y cerdo. La línea vegetal de la División Alimentos Valor Agregado incluye cinco variedades de bollos de maíz, así como los buñuelos de maíz nuevo y tres presentaciones de yuca (Yuca Sticks, Yuca Fries y Yuca Sticks con jamón).

IV. FOODS-VALUE ADDED DIVISION

The Foods - Value Added Division features innovative technology and a team of professionals dedicated to design new products for the domestic market and export, processed in the plant Manuel E. Melo (MEM). This plant specializes in frozen food products, ready for cooking, such as nuggets, hamburgers, breaded chicken breasts, wings and seasoned fillet of chicken. In Pueblo Nuevo plant, the Division produces chicken products such as a wide variety of processed meats, hams and several pork and beef products. The Division includes five varieties of corn products, as well as new corn fritters and three presentations of yucca (Yuca Sticks, Yuca Fries and Yuca Sticks with ham.)

Las ventas de la División Alimentos-Valor Agregado en el mercado nacional crecieron 11% en el 2013 y su participación de mercado en la categoría de productos cárnicos preformados aumentó de 44% a 48.2%.

El lanzamiento de cada nuevo producto Melo se apoya en campañas de mercadeo, basadas en rigurosos estudios de mercado, e incluyen publicidad en los medios y las redes sociales, y actividades de promoción en puntos de venta. En enero y febrero de 2013 se presentaron al mercado nacional las cuatro versiones de la Línea Fit de filetes marinados bajos en grasa, que constituyen una excelente alternativa fácil de preparar para mantenerse en forma. En abril se lanzaron tres comerciales para promover la venta de los nuevos filetes de pollo apanados listos para cocinar, una presentación que continúa consolidándose.

La División Alimentos-Valor Agregado de Grupo Melo fue la primera industria en lanzar al mercado en el 2007 los bollos de maíz, un producto líder que actualmente se ofrece en las variedades de coco, queso, sabor a tamal, tocino con pollo y el sabor original. En el 2013, la participación de mercado de los bollos de maíz creció de 57% a 61%. Este año, en agosto, la División lanzó un nuevo producto de la línea vegetal que ha tenido una excelente respuesta: los buñuelos de maíz nuevo. El diseño de la campaña de televisión se centró en destacar las cualidades de esta estrella de la auténtica cocina tradicional panameña.

Grupo Melo continúa posicionándose como una empresa líder en la comercialización de productos alimenticios panameños en el exterior. La División Alimentos-Valor Agregado exporta los productos Melo a Honduras, Nicaragua, Perú, Colombia y Trinidad y Tobago. En este último país, para celebrar el décimo aniversario de comercialización de los productos Melo, la agencia distribuidora lanzó una campaña para promover la línea de productos orientados al público infantil.

En enero de 2013, en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Perú, la División Alimentos Valor-Agregado comenzó a exportar al mercado de este país, que cuenta con cerca de 30 millones de habitantes. Los productos Melo se venderán en las cadenas de supermercados Metro y Wong.

La inversión más importante de la División Alimentos-Valor Agregado en el 2013 se orientó a duplicar la capacidad de despacho y distribución para responder con rapidez y eficiencia al incremento de la demanda de productos elaborados por las dos plantas de producción. Este proyecto, que finalizará en 2014, permitirá contar con andenes adicionales y ampliar la flota vehicular.

En el 2014, la División Alimentos Valor Agregado continuará ampliando la presencia de los productos Melo en el mercado nacional e internacional.

In the domestic market, sales of the Division grew 11% in 2013 and its market share in the category of pre-formed meat products increased from 44% to 48.2%.

The launch of each new Melo product relies on marketing campaigns, based on rigorous market studies and they include advertising in the media and social networks, and sales promotions in retail outlets. In January and February 2013, the four versions of the Fit line of low-fat marinated chicken fillets were presented to the national market, which are an excellent alternative of easy-to-prepare chicken for staying in shape. In April, three commercials were launched to promote the sale of the new breaded chicken fillets ready for cooking.

In 2007, the Foods-Value Added Division of Grupo Melo was the first industry to launch the corn bollos, a leading product currently offered in varieties of coconut, cheese, tamale flavor, chicken with bacon and the original flavor. In 2013, the market share of corn bollos grew from 57% to 61%. This year, in August, the Division launched a new product that has had an excellent response: new corn fritters. The design of the TV campaign focused on highlighting the qualities of this star of authentic Panamanian traditional cuisine.

The company continues to position itself as a leading company in the commercialization of Panamanian food products abroad. The Foods-Added Value Division exports our products to Honduras, Nicaragua, Peru, Colombia and Trinidad and Tobago. In this last country, to celebrate the tenth anniversary of marketing Melo products, the distributor agency launched a campaign to promote the line of products aimed at children.

In January 2013, within the framework of the Free Trade Agreement (FTA) with Peru, the Division began exporting to this country, with about 30 million inhabitants. Melo products will be sold in supermarket chains Wong and Metro.

The most important investment of the Division in 2013 was increasing the capacity of dispatch and distribution to respond quickly and efficiently to increased demand for products produced by the two production plants. This project which will be completed in 2014 and it will have additional platforms and expansion of our fleet.

In 2014, the Foods - Value Added Division will continue expanding the presence of Melo products in the domestic and international markets.



LAS VENTAS DE LA
DIVISIÓN ALIMENTOS
VALOR AGREGADO EN EL
MERCADO NACIONAL
AUMENTARON UN 11%

11%

In the domestic market,
sales of the Division
grew 11%



CORPORATE GROUP

GRUPO CORPORATIVO

GRUPO MELO
CUENTA CON UN
EFICIENTE EQUIPO
DE PROFESIONALES
EN DIVERSAS ÁREAS

Grupo Melo has an efficient team
of professionals in different areas



GRUPO CORPORATIVO

CORPORATE GROUP

Grupo Melo cuenta con un eficiente equipo de profesionales en diversas áreas que conforman el Grupo Corporativo. Su labor de apoyo y asesoría constante hace posible que el Grupo Alimentos y el Grupo Comercial dispongan del soporte administrativo, financiero, jurídico y tecnológico para agilizar y hacer más eficientes los procesos en cada empresa. El Grupo Corporativo ha logrado conjugar esfuerzos para ampliar las oportunidades de desarrollo del talento humano de Grupo Melo y garantizar el ejercicio de los derechos laborales de su recurso humano y la consolidación del liderazgo con visión de futuro y la gestión eficiente de los recursos de Grupo Melo. Las diferentes Unidades Estratégicas que conforman el Grupo Corporativo son dirigidas por el CEO de la empresa y la COO del Grupo Corporativo y las mismas están integradas por la Vicepresidencia de Finanzas, Planeamiento y Tesorería, y las Direcciones de Recursos Humanos; Riesgos y Seguros; Asuntos Jurídicos; Contraloría; Informática; y Relaciones Públicas.

Hace dos años tomando en consideración el crecimiento de las operaciones de la empresa se creó el Grupo de Auditoría, Estudio y Desarrollo e Investigación. Este Grupo es dirigido por su COO y lo conforman las Direcciones de Estudio y Desarrollo, Auditoría Interna, Investigación Científica y Tierras y Actividades Agropecuarias. Entre sus actividades principales están la elaboración y desarrollo de proyectos de infraestructuras e investigaciones científicas, los procesos de auditoría interna así como el desarrollo de las actividades agropecuarias que se realizan dentro del Grupo Melo.

Grupo Melo has an efficient team of professionals in different areas that make up the Corporate Group. Its support and constant advice makes it possible for the Food Group and the Commercial Group to have administrative, financial, legal, and technological support to streamline and make more efficient processes in every company. The Corporate Group has managed to combine its efforts to expand opportunities for the development of our human talent and ensure the exercise of labor rights of its human resources and the consolidation of visionary leadership and efficient management of resources of Grupo Melo. The various strategic units that make up Grupo Melo are headed by the CEO of the company and the COO of the Corporate Group and are integrated by the Vice President of Finance, Planning and Treasury, and the Directions of Human Resources; Risk Management and Insurance; Legal Affairs; Comptroller; Information Technology Systems Management and Public Relations.

Two years ago, taking into account the growth of the company's operations, the Group Audit, Studies and Research and Development was created. This group is led by its COO and composed by the Directions of Research and Development, Internal Audit, Scientific Research and Land, and Agricultural Activities. Among its main activities are the preparation and development of projects of infrastructure and scientific investigations, internal audit processes and the development of agricultural activities that are performed within Grupo Melo.



I. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. EDUCACIÓN

Desde sus inicios, Grupo Melo ha apoyado los centros educativos de las comunidades en donde operan sus diferentes empresas. ¿Por qué invertir en educación? Porque una población educada es el mejor respaldo para garantizar el desarrollo social con equidad de un país y con ello, la prosperidad a largo plazo del sector empresarial.

El Proyecto Libertaria. En 2005, Grupo Melo firmó el Convenio "Alianza Escuela Empresas" con el Ministerio de Educación con el fin de dar una perspectiva sostenible al apoyo que brinda a los centros educativos. El Convenio dio origen al Proyecto Libertaria, cuyo nombre es un reconocimiento a la señora Libertaria Sarasqueta de Melo, educadora y co-fundadora de Grupo Melo. A través del proyecto, Grupo Melo ha construido un estrecho vínculo con la comunidad educativa de la escuela Juan E. Jiménez de Cerro Azul, el Instituto Profesional y Técnico (IPT), el colegio Elena Ch. de Pinate y la escuela Toribio Berrio de Juan Díaz, la escuela de El Picacho de Sorá, la escuela de El Arenal, localizada en Darién.

Escuela Juan E. Jiménez de Cerro Azul

Desde hace más de tres décadas Grupo Melo brinda apoyo en diversos campos a la Escuela Juan E. Jiménez de Cerro Azul que en el 2013 registró una matrícula en el nivel de primaria de 251 estudiantes: 112 niñas y 139 niños. La empresa donó el terreno donde actualmente se levanta el centro educativo y los materiales para construirla. En el 2011 se apoyó la construcción de cuatro salones nuevos para impartir clases de Pre-media (séptimo a noveno grado) en la tarde, y en 2013 se graduó la primera promoción de 9º grado.

I. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

1. EDUCATION

Since its beginnings, Grupo Melo has supported schools in the communities where its different businesses operate. Why invest in education? Because an educated population is the best support to ensure equitable social development for a country and thus the long-term prosperity of the business sector.

Libertaria Project. In 2005, Grupo Melo signed the "Alianza Escuela Empresas" with the Ministry of Education in order to provide a sustainable perspective to the support provided to schools. The agreement gave rise to project Libertaria, whose name is a tribute to Lady Libertaria Sarasqueta de Melo, teacher who was one of the founders of Grupo Melo. Through the project, we have built a close relationship with the Educational Community Juan E. Jiménez School from Cerro Azul, Professional Technical Institute (IPT), Elena Ch. de Pinate and Toribio Berrio all in Juan Díaz, El Picacho School from Sorá and El Arenal School, located in Darién.

Juan E. Jiménez School in Cerro Azul

For more than three decades Grupo Melo provides support in various fields to the Juan E. Jiménez in Cerro Azul which in 2013, recorded an enrollment at the primary level of 251 students: 112 girls and 139 boys. The company donated the land, where the educational center rises and the materials to build it. In 2011, Grupo Melo supported the construction of four new classrooms to teach Pre-Media (Junior High) (seventh to ninth grade). In 2013 the school graduated the first class of 9th grade.

El total de alumnos matriculados en Pre-Media este año fue de 102 estudiantes, 48 niñas y 54 varones. Grupo Melo, a través de la División Alimentos-Producción forma parte del comité de trabajo de la escuela en donde participan la directora, estudiantes y padres de familia. La empresa además apoya a la escuela con el mantenimiento y la reparación de la infraestructura, transporte para giras educativas y los servicios de gas, agua, electricidad y recolección de desechos. Asimismo contribuye a organizar el huerto escolar y apoya actividades de poesía, oratoria y folclor. El personal de la División Alimentos Producción organiza charlas con las madres y padres de familia y los estudiantes sobre temas como violencia intrafamiliar, prevención en salud y valores, entre otros.

Instituto Profesional y Técnico (IPT) de Juan Díaz

Grupo Melo, a través de colaboradores de la planta Manuel E. Melo (MEM) de la División Alimentos- Valor Agregado, apoya actividades académicas, científicas, deportivas y de entretenimiento organizadas por estudiantes y directivos del plantel. Este año, la dirección del Instituto Profesional Técnico (IPT) entregó un certificado de agradecimiento a Grupo Melo por el apoyo brindado en el marco del Proyecto Libertaria, y se realizó una Mesa Redonda, en la que participaron padres de familia, docentes, estudiantes y la gerencia de la planta MEM, para compartir opiniones y aportar ideas con el fin de establecer un mecanismo específico para la realización conjunta de actividades orientadas al mejoramiento del colegio. Entre las actividades en las que participó este año Grupo Melo están: durante la celebración del día del Contador, se realizó un conversatorio entre estudiantes de sexto año de bachillerato en Comercio y Contabilidad y profesionales de contabilidad de la empresa. Una delegación del personal de la planta MEM participó en la Caminata Pro Valores y en Prevención de la Violencia organizada por el gabinete psicopedagógico del IPT. En la celebración del día del estudiante, la empresa formó parte del jurado en el concurso de lanzamiento de cohetes, y del concurso de murales de ciencias con el tema: "Las matemáticas y la esfera del agua". Durante las Fiestas Patrias, colaboradores de MEM participaron como miembros del jurado del concurso de Coral Poética y del concurso de Murales. Grupo Melo apoya algunos concursos con premios de incentivo y entrega premios a los estudiantes que obtienen los tres primeros lugares de las promociones de Bachillerato y PreMedia.

Escuela El Arenal en Darién

En 2008, en el marco del programa gubernamental de sustitución de "Escuelas Rancho" por "Escuelas Dignas", Grupo Melo construyó y equipó una escuela en El Arenal, en la provincia de Darién.

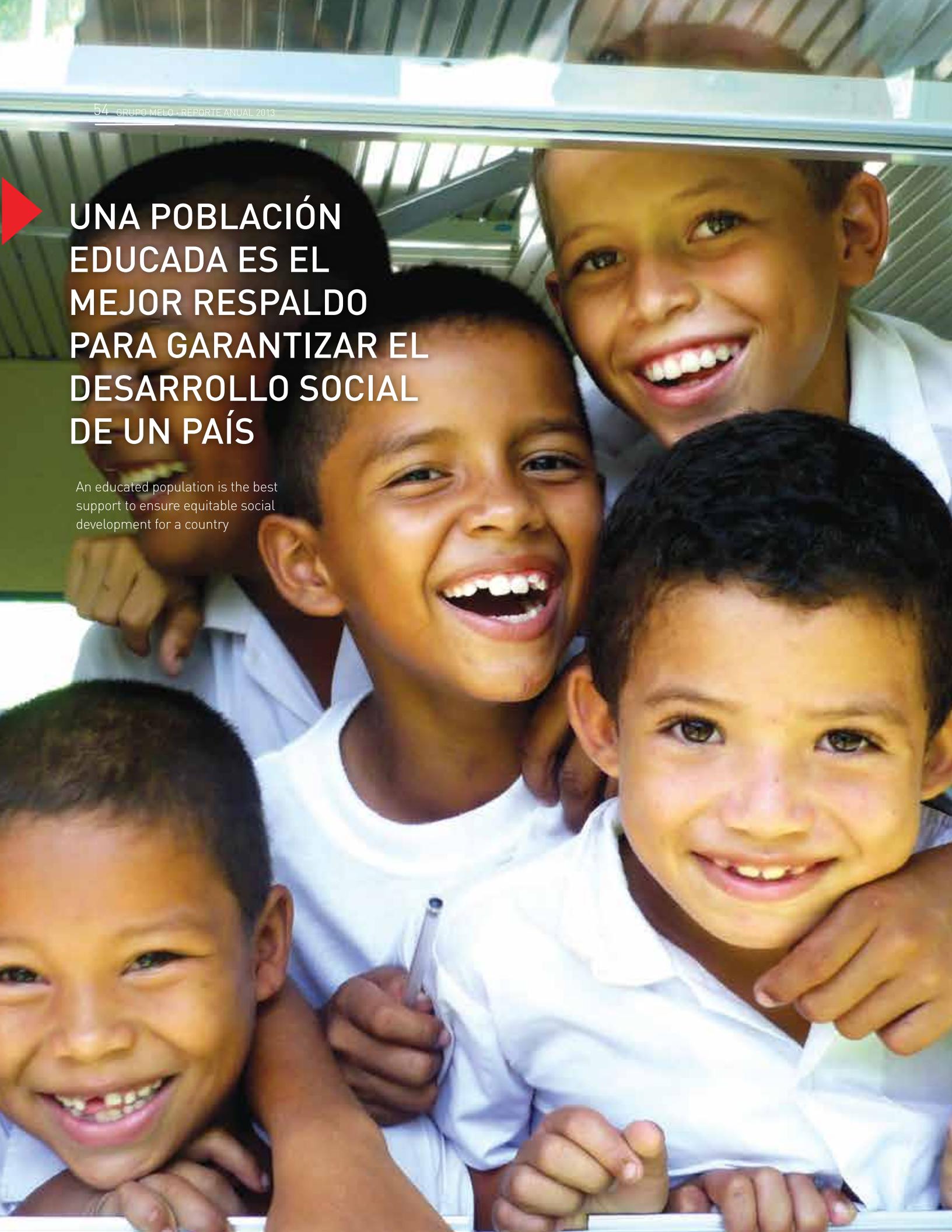
Total enrollment in Pre-Media this year was 102 students, 48 girls and 54 boys. Grupo Melo, through the Foods - Production Division is part of the Working Committee of the school, where the principal, students and parents participate. The company also supports the school with the maintenance of infrastructure, provides transportation for educational tours and services of gas, water, electricity and waste collection. It also helps organize the school garden and supports activities of poetry, oratory and folklore. The Foods-Production Division staff organizes talks with parents and students on topics such as domestic violence, health prevention and values, among others.

Professional Technical Institute (IPT) of Juan Díaz

Grupo Melo, through contributors from the plant Manuel E. Melo (MEM) of the Foods-Value Added Division supports academic, scientific, sports and entertainment activities organized by students and campus leaders. This year, the authorities of the Instituto Profesional y Técnico de Juan Díaz (IPT) presented a certificate of appreciation to Grupo Melo for its support in the framework of the Libertaria Project and held a round table attended by parents, teachers, students and the management of the Manuel E. Melo plant to share opinions and contribute ideas, in order to establish a specific mechanism for joint activities aimed at the improvement of the school. Among the activities in which the group participated this year we can mention: during the celebration of the Accountant's day, it held a discussion among senior students of High School in Commerce and Accounting and Accounting professionals of the our company. A delegation of the MEM staff participated in the walk "Pro-values and violence prevention" organized by the psycho pedagogical cabinet of the IPT. In celebration of "Student's day", the company formed part of the jury in the contest launching of rockets, and the science mural contest with the theme: "Mathematics and the sphere of water". During the National Holidays, MEM partners participated as members of the jury of the contest Coral poetica and Murals. The group supports some competitions with prizes and incentive presents awards to students who obtained the first three places of the graduations of High School and Pre-Media.

El Arenal School in Darién

In 2008, within the framework of the Government program to replace "Rancho schools" by "Decent schools," Grupo Melo built and equipped a school in El Arenal, in the province of Darien.

A photograph of five young boys of diverse ethnicities, all smiling broadly. They are wearing light-colored shirts, and some are holding pens or small objects. The background shows what appears to be a school or institutional setting with metal roofs.

UNA POBLACIÓN EDUCADA ES EL MEJOR RESPALDO PARA GARANTIZAR EL DESARROLLO SOCIAL DE UN PAÍS

An educated population is the best support to ensure equitable social development for a country

Cuando inicia el año escolar, Grupo Melo, a través de la División Almacenes y Grupo Corporativo, contribuye a la permanencia en el sistema educativo de las niñas y niños de El Arenal mediante la entrega de una mochila con útiles escolares y zapatos para cada estudiante. En 2013, Grupo Melo organizó una jornada de trabajo voluntario para pintar el centro escolar, y se instalaron nuevos muebles para la cocina y para guardar los útiles escolares. La empresa provee los insumos para promover esta actividad pedagógica que además contribuye a la nutrición de las niñas y niños de la escuela.

Escuela de El Picacho en Sorá

La División Bienes Raíces de Grupo Melo respalda las actividades folklóricas y celebraciones como el día del niño, fiestas patrias, el día de las Madres, así como las actividades para recaudar fondos destinados a mejorar la infraestructura de este centro educativo. Este año la empresa además hizo entrega de arena y piedra cantera para mejorar el acceso a la escuela.

Escuela Toribio Berrio Sosa en Juan Díaz

Este centro escolar se encuentra en el área de Juan Díaz. Grupo Melo ha promovido la conformación de un mecanismo de trabajo conjunto en el que participan docentes, estudiantes, madres y padres de familia y colaboradores de la empresa a fin de apoyar el desempeño de la escuela Toribio Berrio Sosa en diversos ámbitos. Este año, una de las principales actividades fue la organización y amplia participación en la feria folclórica de la escuela.

Colegio Elena Ch. de Pinate en Juan Díaz

La División Alimentos Procesamiento y Mercadeo de Grupo Melo ha consolidado una relación de apoyo y crecimiento tanto para la empresa como para este centro educativo ubicado en Juan Díaz. A través de una acción coordinada con el cuerpo docente, los estudiantes y los padres de familia, Grupo Melo apoyó este año la organización de jornadas de formación de líderes juveniles Pinatistas, que se realizaron todos los sábados del mes de marzo. Los participantes desarrollaron temas como autoestima y acoso escolar (bullying). La empresa participó en la feria familiar del colegio, las actividades de graduación de la promoción de 2013, la celebración de los 50 años del centro educativo, la semana del libro, el concurso de redacción sobre "Los 50 años del Colegio Elena Ch. de Pinate y su impacto en la sociedad" y las Olimpiadas de Matemáticas. También se ayudó en el mantenimiento de la escuela con el aporte de materiales para reparaciones generales para la escuela.

When the school year starts, Grupo Melo, through the Stores Division and de Corporate Group, contributes so that boys and girls remain in the education system through the delivery of a backpack with school supplies and shoes for each student. In 2013, it organized a day of volunteer work to paint the school and installed new furniture for the kitchen and to store school supplies. The company provides inputs to promote this educational activity that also contributes to the nutrition of school children.

El Picacho School in Sorá

Our Real Estate Division supports the national celebrations; such as, Children's Day, National Holidays, Mother's Day, as well as, activities to raise money to improve the infrastructure of this school. This year the company also delivered sand and stone quarry to improve access to the school.

Toribio Berrio Sosa School in Juan Díaz

This school is located in the area of Juan Díaz. We have promoted the establishment of a mechanism of joint work involving teachers, students, parents and partners of the company in order to support the performance of the School Toribio Berrio Sosa in various fields. This year, one of the main activities was the organization and participation at the School's National Customs Fair.

Elena Ch. de Pinate School in Juan Díaz

The Foods-Processing and Marketing Division of Grupo Melo has established a relationship of support and growth for the company; as well as, for this educational center located in Juan Díaz. Through coordinated action with the teaching staff, students and parents, Grupo Melo supported the organization of training sessions of youth leaders Pinatistas, which were held every Saturday in March. The participants developed topics such as self-esteem and bullying. The company participated in the School's Family Fair, in graduation activities of the Class of 2013, the celebration of the 50 years of the school, Book Week, the essay contest on "the 50 years of the School Elena Ch. de Pinate" and its impact on society, and Math Olympiads. It also helped in the maintenance of the school with the contribution of materials for general repairs for the school.



NUESTRA PRIORIDAD ES FORTALECER LAS MANIFESTACIONES QUE ENRIQUECEN EL FOLCLOR PANAMEÑO

Our priority is to strengthen the manifestations of multiple cultures that enrich the Panamanian folklore

2. CULTURA Y FOLCLOR

Para Grupo Melo es una prioridad fortalecer las manifestaciones de las múltiples culturas que enriquecen el folclor panameño. Este año nuevamente Grupo Melo patrocinó el LXIII Festival Nacional de la Mejorana, que se realiza en Guararé. Para ampliar la participación en el festival, Grupo Melo respalda las actividades de la academia Tradiciones y Costumbres Gabriel Villareal, un centro cultural que ofrece clases gratis para promover el toque de la mejoranera, el violín, el acordeón, los cantos de décimas, y los bailes folclóricos de las provincias centrales.

En Veraguas, Grupo Melo continúa ofreciendo apoyo a la Fundación para la Cultura y el Folclor, que en agosto de 2013 organizó la III Jornada de Cultura y Folclor. En Ocú, la empresa respalda la organización del Festival del Manito Ocueño, que en 1999 fue declarado Fiesta Folclórica Nacional de Panamá. Este año se continuó patrocinando el Festival del Torito Guapo, cuya 44 edición se realizó en Antón, provincia de Coclé. En Bocas del Toro, Grupo Melo promueve el toque del Yukalele y la difusión del calipso, dos expresiones fundamentales de la cultura afroantillana en el Caribe panameño. La empresa patrocina también la labor de la Fundación Portobelo y la organización del Festival de Danzas y Diablos.

2. CULTURE AND FOLKLORE

For Grupo Melo, it is a priority to strengthen the manifestations of multiple cultures that enrich the Panamanian folklore. This year, Grupo Melo sponsored once again the LXIII Festival Nacional de la Mejorana, in Guararé. To broaden the participation in the festival, it supports the activities of the Traditions and Customs Gabriel Villareal Academy, a cultural center that offers free classes to promote playing of the mejoranera, violin, accordion, songs of décimas, and folk dances of the central provinces.

In the province of Veraguas, we continue offering support to the Foundation for Culture and Folklore, which in August 2013 organized the III Conference on Culture and Folklore. In Ocú, the company supports the Festival del Manito Ocueño, which in 1999 was declared Panama National Folk Festival. This year, we continued to sponsor the Festival del Torito Guapo, whose 44th edition was held in Antón, Province of Coclé. In the province of Bocas del Toro, the group promotes the playing of Yukalele and diffusion of calypso, two fundamental expressions of Afro-Caribbean culture in the Panamanian Caribbean. The company also sponsors the work of the Portobelo Foundation and the organization of the Festival of Dances and Devils.

En julio de 2013 Grupo Melo, junto con el Ministerio de Comercio e Industrias y el Instituto Nacional de Cultura, patrocinó la "Exposición de polleras panameñas de ayer y hoy", una muestra fotográfica sobre la evolución de la Pollera, el traje típico nacional. Grupo Melo también brindó apoyo al III Festival de Verano, liderado por "A 6 Cuerdas", un grupo de músicos, cantantes, artistas plásticos, actores y poetas que organizan diversas actividades para dinamizar el movimiento artístico en Panamá.

Además como parte del programa que busca resaltar los valores y la cultura en el país, se realizan cuñas radiales durante todo el año bajo el lema "Porque vales panameño", en donde se resalta nuestra historia, costumbres y tradiciones a través de todo el año en las diferentes actividades y ferias de todas las provincias.

3. INNOVACIÓN

Tradicionalmente, Grupo Melo se ha apoyado en la investigación y la innovación para mejorar el desempeño del Grupo Alimentos y de las empresas del Grupo Comercial. En las últimas tres décadas, el Centro de Investigación Avícola Tropical de Grupo Melo ha realizado 380 experimentos para mejorar el potencial de la genética y su interacción con la nutrición y el ambiente.

En los laboratorios de diagnóstico y estadística de Grupo Melo se realizan pruebas de los productos químicos y orgánicos y de las semillas que la empresa distribuye. Asimismo, Grupo Melo cuenta con instalaciones equipadas para analizar y probar la calidad de todos los alimentos y concentrados que desarrolla.

Consejo de Innovación. Grupo Melo creó el Consejo de Innovación en febrero del 2012 con el objetivo de identificar alternativas e introducir soluciones nuevas para incrementar el rendimiento, mejorar el impacto de sus actividades en la sociedad, y evaluar la calidad de los productos Melo. En el 2014 el Consejo de Innovación fortalecerá el vínculo con las universidades y centros de investigación del país.

In July 2013, Grupo Melo, together with the Ministry of Commerce and Industry and the National Institute of Culture, sponsored the "Exhibition of the Panamanian National Dress (polleras) of Yesterday and Today," a photographic exhibition on the evolution of the Pollera, the traditional national dress. Grupo Melo also provided support to the III Summer Festival led by "A six strings," a group of musicians, singers, artists, actors and poets who organize different activities to stimulate the artistic movement in Panama.

As part of the program that seeks to highlight the values and culture in the country ,radio spots are carried out throughout the year under the motto "because you're worth Panamanian," where our history, customs and traditions are highlighted throughout the year in different activities and exhibitions in all the provinces.

3. INNOVATION

Traditionally, Grupo Melo has been supported by research and innovation to improve the performance of the Foods Group and of the companies in the Commercial Group. In the last three decades, Grupo Melo's Tropical Poultry Research Center conducted 380 experiments to improve the potential of genetics and its interaction with nutrition and the environment.

In the Diagnostic and Statistics laboratories of Grupo Melo testing of chemical and organic products and seeds distributed by the company are made. Also it has facilities that analyze and test the quality of all foods and concentrates it develops.

Innovation Council. We established the Innovation Council in February 2012 with the aim of identifying alternatives and introducing new solutions to increase performance, improve the impact of their activities on society, and assess the quality of the Melo products. In 2014, the Innovation Council will strengthen the links with universities and research centers in the country.



Los laboratorios. El laboratorio de Innovación de Grupo Melo atiende las interrogantes de las empresas del Grupo y sus clientes, y ofrece la oportunidad de realizar prácticas profesionales a estudiantes de universidades privadas y públicas. Este año se continuó estudiando los parámetros físicos y químicos del proceso de compostaje de los desechos de la industria avícola con el fin de elaborar productos como el abono de alta calidad. Los laboratorios de diagnóstico y estadística cuentan con el respaldo del Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá (IDIAP) y el Ministerio de Desarrollo Agropecuario para realizar análisis y dar seguimiento al cumplimiento de las regulaciones de la industria avícola.

En 2013 la granja experimental del **Centro de Investigación Avícola Tropical** fue remodelada, y se incorporaron equipos de alimentación y bebedores automáticos para mejorar la bioseguridad de las instalaciones. Se hicieron experimentos para precisar la demanda nutricional de los pollos de engorde a fin de mejorar su rendimiento y productividad, se presentaron los resultados de los mismos en eventos científicos en varios países y se publicaron artículos en revistas dirigidas a la industria avícola.

4. COLABORADORES

Las empresas de Grupo Melo emplean a 5.239 colaboradores, 1.655 mujeres y 3.584 hombres. En los últimos cinco años el crecimiento de las operaciones ha tenido como resultado el incremento del 26% de la fuerza laboral.

Cerca del 62% de los colaboradores están afiliados al Sindicato de Trabajadores de Melo y Compañías Afiliadas (SITRAMECA). A inicios de noviembre de 2013 comenzó a regir la nueva convención colectiva firmada entre SITRAMECA y Grupo Melo. La convención colectiva estará vigente hasta finales del año 2017 e incluye medidas como el aumento general de salarios, subsidio de alimentación, bonificaciones por antigüedad, jubilación y asistencia, becas para hijos de empleados, certificados de navidad, fondo de asistencia social, participación en las utilidades de la empresa, y ayuda para anteojos, entre otras.

CAPACITACIÓN

Grupo Melo mantiene una política consistente de inversión en capacitación de nuestro personal para atender las necesidades específicas de cada una de sus empresas. La capacitación influye directamente en la calidad y optimización de los servicios que brinda Grupo Melo, mejora el trabajo en equipo y es imprescindible para garantizar la buena marcha de los procesos de aseguramiento de la calidad.

Laboratories. The Innovation laboratory of Grupo Melo serves the questions of the companies of the group and its customers, and offers the opportunity to carry out internships to students from public and private universities. This year, we continued studying the physical and chemical parameters of the process of composting of waste from the poultry industry to develop products like high quality fertilizer. The Diagnostic and Statistics laboratories count with the support of the Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá (IDIAP) (Agricultural Research Institute of Panama) and the Ministry of Agricultural Development for analysis and monitoring compliance with the regulations of the poultry industry.

In 2013, the experimental farm of the **Tropical Poultry Research Center** was remodeled and feeding equipment and automatic drinkers were incorporated to improve biosecurity in the facilities. Experiments were done to determine the nutritional demand of broilers in order to improve their performance and productivity, the results were presented at scientific events in several countries and articles were published in magazines aimed at the poultry industry.

4. COLLABORATORS

Grupo Melo's companies employ 5.239 collaborators, 1.655 women and 3.584 men. In the past five years the growth of operations has resulted in the increase of 26% of the workforce.

About 62% of the contributors are affiliated to the Union of workers of Melo and Affiliated Companies (SITRAMECA.) At the beginning of November 2013, the new collective agreement was signed between SITRAMECA and Grupo Melo went into effect. The Collective agreement will run until the end of 2017 and includes measures; such as, general wage increases, food allowance, seniority bonuses, retirement and assistance, scholarships for employees' children, Christmas certificates, a fund for social assistance, participation in the profits of the company, and help for eyeglasses, among others.

TRAINING

Grupo Melo maintains a policy of investment in training of personnel to meet the specific needs of each of its companies. Training directly affects the quality and optimization of services provided by the company, improves teamwork and is essential to ensure the smooth progress of quality assurance processes.

En el año 2013, un total de 4,953 colaboradores del Grupo Alimentos y del Grupo Comercial participaron en 22,098 horas de capacitación interna y externa. Grupo Melo tiene un programa de retención de talentos, que en 2013 incluyó el apoyo con becas para maestría y formación a muchos profesionales del Grupo. Este año, el centro virtual de inglés capacitó en módulos de dos meses a personal de Grupo Melo como plan piloto.

Grupo Melo también desarrolla un programa especial de apoyo para lograr que todos los colaboradores que laboran en el área de Cerro Azul culminen los estudios de primaria o pre-media. Además provee el transporte a los colaboradores de esta localidad que cursan sus estudios universitarios en la noche.

Como parte de los programas de capacitación para promover el autocuidado de la salud de los colaboradores, Grupo Melo organizó ferias de salud en el área metropolitana y en el interior del país, jornadas de vacunación y, con el apoyo de la caja del seguro social, se ofrecieron charlas de prevención en diversos temas. Este año el Centro de Salud de Juan Díaz expresó su reconocimiento a Grupo Melo por su participación en la campaña de prevención del dengue.

Grupo Melo cuenta con un moderno centro de capacitación para colaboradores de la cadena de restaurantes Pío Pío, y con un equipo dinámico de capacitadores. El plan de capacitación incluye sesiones teóricas y prácticas en un restaurante Pío Pío, y temas de prevención en salud, como el cáncer de mama y de próstata.

5. AMBIENTE

Construir una relación sostenible entre producción y ambiente

Grupo Melo realiza de manera continua ajustes y acciones orientadas a implementar mecanismos de producción más limpia (P+L) en todas sus empresas. En particular, entre el año 2009 y el 2013 el Grupo Alimentos de Grupo Melo inició un programa de eficiencia energética en todos sus procesos, desde la producción de alimentos para las aves hasta el transporte de los productos Melo a los puntos de venta.

En el período mencionado, estos mecanismos de producción más limpia permitieron reducir el consumo de energía de 0.28 a 0.23 KWH por pollo procesado, lo que representa una disminución del 0.2% del consumo de energía eléctrica anual, una reducción 9,241 toneladas métricas de CO₂, que se habrían generado de haber utilizado energía producida con combustible fósil, y un avance concreto en la protección de los recursos naturales, en especial del recurso hídrico que alberga el Parque Nacional Chagres.

In 2013, a total of 4,953 employees of the Foods Group and the Commercial Group participated in 22,098 hours of internal and external training. The company has a talent retention program, which in 2013 included the support of scholarships for masters' degree and training to many professionals of Grupo Melo. This year, the virtual center of English trained personal in two months modules, as part of a pilot program.

We have also developed a special program of support to ensure that all our employees who work in the area of Cerro Azul culminate elementary studies or pre-media and provided transportation to collaborators of this town who attend college at night.

As part of our training program to promote the self-care of employees, Grupo Melo organized health fairs in the metropolitan area and in the interior of the country, days of vaccination and, with the support of the Caja del Seguro Social (Social Security Administration) offered prevention talks in various topics. This year, Juan Diaz Health Center expressed its appreciation to Grupo Melo for its involvement in the dengue prevention campaign.

The company has a modern training center for employees of the Pio Pio restaurant chain, and a team composed of experienced trainers. The training plan includes theoretical and practical sessions in a Pio Pio restaurant, and preventive health issues, such as breast and prostate cancer.

5. ENVIRONMENT

Building a sustainable relationship between production and environment

Grupo Melo continuously performs adjustments and actions aimed to implement mechanisms for cleaner production (CP) in all its companies. In particular, from the year 2009 to 2013 the Foods Group of our company initiated a program of energy efficiency in all its processes, from the production of food for the birds to transportation of Melo products to points of sale.

In the mentioned period, these cleaner production mechanisms allowed to reduce the power consumption of 0.28 to 0.23 KWH for processed chicken, which represents a decrease of 0.2% of annual electricity consumption, a 9,241 metric tons of CO₂ reduction, which would have been generated if energy produced with fossil fuel had been used, and a concrete step forward in the protection of natural resources, especially the water resource that houses the Chagres National Park.

Entre el año 2009 y el año 2013, el Grupo Alimentos aumentó un 40% la cantidad de libras procesadas de pollo, sin embargo el consumo de energía eléctrica se mantuvo igual, lo que evidencia que las medidas adoptadas permitieron lograr un menor consumo de energía en la producción de alimentos para las aves, el manejo de las fincas y la operación de las plantas de procesamiento y valor agregado. Grupo Melo además obtuvo réditos por la venta de los excedentes de energía eléctrica limpia producida en su sistema de mini hidroeléctricas. A continuación se describen algunas de las medidas adoptadas para garantizar al consumidor de los alimentos Melo que los productos que llegan a su mesa han sido procesados desde la perspectiva de disminuir las emisiones de CO₂.

- Con el objetivo de disminuir el uso de combustible fósil y la generación de CO₂, desde 1978 Grupo Melo opera un **sistema de cuatro mini-hidroeléctricas** que generan energía limpia derivada de la corriente de los ríos Indio y Vistamaras en Cerro Azul. El sistema genera hasta 900 Kw por mes, que cubren el total de la demanda de energía eléctrica para la operación de las granjas avícolas de Cerro Azul entre mayo y enero. Asimismo, durante estos meses, las hidroeléctricas de Grupo Melo proveen de manera gratuita la electricidad a sitios primordiales de la comunidad de Cerro Azul, como el centro de salud, la escuela Juan E. Jiménez y la parroquia Sagrado Corazón de Jesús. En el 2013 se repotenció una de las mini hidroeléctricas de la central de Río Indio a fin de aumentar su eficiencia.

- **En la planta procesadora de aves de Juan Díaz** se instalaron equipos eficientes que ahorran energía, entre los que destaca el nuevo sistema de refrigeración y las escaldadoras.

- **La planta de valor agregado Manuel E. Melo** adoptó una política de Ahorro Energético cuyo objetivo es lograr el uso óptimo de la energía a fin de aumentar la producción sin incrementar el consumo energético.

- **En las oficinas** se tomaron las siguientes medidas de ahorro energético: apagar los equipos cuando no se estén utilizando y las luces al salir definitivamente de cada área de trabajo; realizar inspecciones al sistema eléctrico y, para incentivar el ahorro de energía, enviar diariamente correos electrónicos con mensajes y medias concretas y fáciles de adoptar.

From the year 2009 to the year 2013, the Foods Group increased by 40% the amount of processed pounds of chicken, however power consumption remained equal, which shows that the measures taken allowed achieving minor energy consumption in the production of food for birds, the management of farms and operation of processing and value-added plants. We also obtained revenues from the sale of surplus of clean electric energy produced in its system of mini hydroelectric power. Following are some of the measures taken to guarantee the consumer of Melo foods that the products coming to their table have been processed from the perspective of reducing CO₂ emissions.

- In order to reduce the use of fossil fuel and the generation of CO₂, since 1978, we operate a system of four mini-hydroelectric plants that generate clean energy derived from the flow of rivers Indio and Vistamaras in Cerro Azul. The system generates up to 900 Kw per month, covering the total demand for electricity for the operation of poultry farms in Cerro Azul between May and January. Also during these months, the hydroelectric power plants of the company provide free electricity to key sites of the community of Cerro Azul, as the Health Center, the school Juan E. Jiménez and the Parish Sacred Heart of Jesus. In 2013, one of the mini hydroelectric plants of river Indio was repowered in order to increase its efficiency.
- In the poultry processing plant of Juan Diaz, efficient energy-saving equipment were installed, among which we can mention the new cooling system and the scalders.
- Manuel E. Melo value-added plant adopted an energy saving policy that aims to achieve the optimal use of energy in order to increase production without increasing energy consumption.
- In the offices, the following energy saving measures were taken: to turn off equipment when not in use and the lights when definitely going out of each area of work; carry out inspections to the electrical system to encourage energy saving, send daily messages and emails with concrete and easy to follow instructions.





Grupo Melo mantiene un enfoque preventivo respecto al impacto de las actividades de sus empresas en el medio ambiente. Ello incluye el fomento a las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental, y el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Producción de abono natural mejorador de suelos. La industria avícola produce gallinaza y pollinaza, que son excretas de las aves con un alto contenido de potasio, nitrógeno y fósforo. Con esta materia prima, Grupo Melo produce y comercializa Abonat, un fertilizante de suelos orgánico ideal para huertas y jardines.

Reforestación. Como miembro de la Asociación Nacional de Reforestadores y Afines de Panamá, Grupo Melo mantiene un papel activo en la revitalización de las áreas boscosas del país. En el marco del Plan de reforestación 2009-2013 de Grupo Melo, la empresa culminó la siembra de 70,000 plantones (175 Has., a una distancia de 5 mX5m) de pino Caribe en el sector de Los Yerbos, corregimiento de Los Llanitos, Distrito de San Carlos. Hasta el 2013, el Grupo ha reforestado en Zapallal, Darién, 565 hectáreas; y en Los Miradores, en Chepo, 220 hectáreas. En Los Altiplanos, Coclé, se han sembrado 180,000 plantones sembrados y en Altos del María 650,000 plantones.

Reciclaje. A finales del 2012, Grupo Melo puso en ejecución en la División Producción el plan de manejo de desechos, que incluye la recolección de metal, plástico, papel y cartón. La División organizó en todas las áreas de trabajo charlas sobre el manejo de desechos, reciclaje, quema y tala, entre otros. En el 2013 se reciclaron y vendieron 800 toneladas de los productos mencionados.

Ahorro de combustible. La flota de reparto de Grupo Melo cuenta con un sistema satelital de control que ha permitido el uso más eficiente de los vehículos. En el 2013, la División logró un ahorro de combustible de 9%.

Ahorro de energía eléctrica. Grupo Melo mantiene un plan de medidas concretas y sencillas para disminuir el consumo de electricidad en los acondicionadores de aire y el equipo electrónico de las oficinas y para mermar el consumo de gasolina en la flota vehicular.

Manuales ambientales. Los propietarios y residentes de Altos de Cerro Azul y Altos del María reciben información periódicamente para promover el disfrute, cuidado y conservación de los suelos, agua, flora, fauna y otros recursos naturales de las áreas donde se ubican estos proyectos residenciales.

Grupo Melo maintains a proactive approach regarding the impact of its companies' activities on the environment. This includes the promotion of initiatives that promote greater environmental responsibility and the development and diffusion of technologies that respect the environment.

Production of natural compost soil improver. The poultry industry produces chicken manure, which are excreta from birds with a high content of potassium, nitrogen and phosphorus. With this raw material, we produce and market Abonat, an organic soil fertilizer ideal for orchards and gardens.

Reforestation. As a member of the National Association of foresters and related of Panama, we maintain an active role in the revitalization of the forested areas of the country. In the framework of the Reforestation Plan 2009-2013 of Grupo Melo, the company completed the planting of 70,000 seedlings (175 hectares at a distance of 5mX5m) Caribbean pine in the sector of Los Yerbos, area of Los Llanitos, District of San Carlos. Until 2013, the group has reforested in Zapallal, Darien, 565 hectares and in Los Miradores, in Chepo, 220 hectares. In Los Altiplanos, Coclé, 180,000 seedlings planted and in Altos del Maria 650,000 seedlings.

Recycling. In late 2012, we implemented in the Production Division the waste management plan, which includes the collection of metal, plastic, paper and cardboard. In all areas of work, the Division organized talks on waste management, recycling, burning and logging, among others. In 2013, 800 metric tons of the products mentioned were recycled and sold.

Fuel saving. The delivery fleet of Grupo Melo has a satellite control system that has allowed the most efficient use of vehicles. In 2013, the Division achieved a fuel savings of 9%.

Electric power saving. Grupo Melo also maintains a plan of concrete and simple measures to reduce electricity consumption in the air conditioners and electronic equipment from the offices and to diminish the gasoline consumption in the vehicle fleet.

Environmental Manuals. Owners and residents of Altos de Cerro Azul and Altos del Maria receive information periodically to promote the enjoyment, care and conservation of soil, water, flora, fauna and other natural resources of the areas where these residential projects are located.


**DIRECTORIO
DIRECTORY**
grupomelo.com


	DIVISIÓN · DIVISION	DIRECCIÓN · ADDRESS	APDO. POSTAL · P.O. BOX	TELÉFONO/FAX · TELEPHONE/FAX
GRUPO COMERCIAL COMMERCIAL GROUP	División Almacenes STORES DIVISION	Vía España 2313 Río Abajo	0816-07582	221-0033 323-6900 224-8972 FAX
	División Maquinaria Línea Automotriz (Isuzu, Fiat y MG) MACHINERY DIVISION AUTOMOTIVE LINE (ISUZU, FIAT AND MG)	Vía Domingo Díaz Frente a Urbanización Villa Lucre	0816-07582	274-9000 274-9090 FAX
	División Maquinaria MACHINERY DIVISION JOHN DEERE	Brisas del Golf	0816-07582	290-8300 290-8384 FAX
	División Bienes Raíces REAL ESTATE DIVISION	Calle 1, Los Ángeles Edificio L18	0827-00125	260-4813 260-1557 FAX
	División Restaurantes RESTAURANT DIVISION	San Pedro, Llano Bonito frente a Confecciones Boston	0816-03965	233-9300 233-9333 FAX
GRUPO ALIMENTOS FOODS GROUP	División Alimentos Piensos FOODS - ANIMAL FEED DIVISION	Las Mañanitas - Vía Tocúmen	8130673 Zona 13	292-5666 292-5603 FAX
	División Alimentos Producción FOODS - PRODUCTION DIVISION	Cerro Azul, Pacora Calle principal Ave. Los Caobos	0816-07582	297-0048 297-0028 297-0082 FAX
	División Alimentos Procesamiento y Mercadeo FOODS - PROCESSING AND MARKETING DIVISION	Vía España, 2214 A Río Abajo	0816-07582	221-1011 221-4983 FAX
	División Alimentos Valor Agregado FOODS - VALUE ADDED DIVISION	Final Calle 1 - Juan Díaz	0816-07502	290-8800 290-8818 FAX
GRUPO CORPORATIVO CORPORATE GROUP	División Servicios SERVICES DIVISION	Vía España 2313, Río Abajo	0816-07582	221-0033 323-6900 224-2311 FAX

ANNUAL
REPORT
2013
INFORME
ANUAL



grupomelo.com