



**PROCAFECOL S.A.  
INFORME DE GESTIÓN -2010**

# **PROCAFECOL S.A. INFORME DE GESTIÓN -2010**

**Procafecol S.A. ha cumplido con las normas legales  
vigentes sobre derechos de autor y propiedad  
intelectual**

# Una empresa en constante crecimiento

El año 2010 fue un año de resultados favorables y positivos para Procafecol, producto de la consolidación de los planes estratégicos y del redireccionamiento que comenzó en el año 2009. Durante este periodo, se vieron los frutos de los esfuerzos realizados para optimizar la operación en diferentes frentes de trabajo. Se incrementaron las ventas, se abrieron nuevos mercados, se redujo el costo de ventas como proporción de los ingresos, se controlaron los gastos y se reestructuró financieramente la empresa.

Puntualmente, el crecimiento en ventas de Procafecol en 2010 fue del 9,6%, pasando de \$78.439 millones en el 2009, a \$85.998 millones en el 2010, y el EBITDA acumulado de Procafecol pasó de \$2.410 millones en 2009, a \$7.203 millones en el 2010; un incremento del 199%.

Durante el año 2010 continuaron los ajustes al modelo de negocio, y se alineó la operación al plan estratégico de la compañía cuyo objetivo principal se enfocó en expandir los canales comerciales de forma sostenida y rentable, sin descuidar la calidad en el servicio y su compromiso social. Como parte de esta iniciativa, se depuraron activos improductivos y se reestructuró la totalidad de la deuda financiera de la compañía.

Asimismo, fueron lanzados 2 nuevos modelos de experiencia: el primero; fue el nuevo modelo de tienda en donde se innovó en los 3 frentes PAS (producto, ambiente y servicio) a través de nuevo mobiliario, murales, talleres de café, pantallas digitales, cafés personalizados; reflejando mayor calidez, exclusividad y

ambientación. El segundo, fue el modelo tipo kiosco que comenzó a operar éste año, y será el formato con el cual iniciará el proyecto de franquicias en Colombia.

Procafecol presentó una evolución positiva que permite visualizar de manera clara el buen desempeño de la compañía durante 2010. Los resultados obtenidos son consistentes con los objetivos planteados, y el nuevo escenario permite no sólo alcanzar sino superar las metas planteadas para los próximos 4 años. Los resultados del 2010 continúan con la misma tendencia alcista que comenzó en 2009 y revelan las grandes expectativas de crecimiento y consolidación que se mantienen para los años venideros.

**Hernán Méndez Bages**

**Presidente  
PROCAFECOL S.A.**



# Índice de Contenido

  ***Informe Financiero***

  ***Tiendas***

  ***Grandes Superficies***

  ***Institucional***

  ***Innovación***

  ***Gestión Interna***

  ***Caficultores y Accionistas***

  ***Perspectivas***

  ***Informe Especial***

# ■ **Informe Financiero**

---

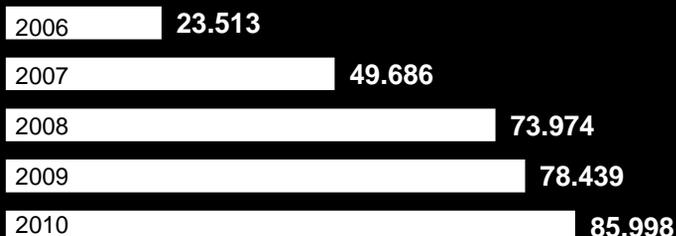
*Los indicadores financieros de Procafecol han mejorado consistentemente desde el 2006, gracias a una excelente gestión comercial, financiera y administrativa. Se lograron optimizar diferentes procesos en todas las áreas de la compañía que generaron importantes ahorros, y contribuyeron a mejorar la rentabilidad y la posición financiera de Procafecol.*

# Informe Financiero

2010 - AÑO DE EXCELENTES RESULTADOS

## Ingresos Operacionales

COP millones



## Ingresos por canal

COP millones

	2006	2007	2008	2009	2010
Tiendas	20.321	41.465	59.540	65.376	70.819
Grandes Superficies	2.104	5.827	10.054	10.540	12.059
Institucional	296	1.372	1.584	1.399	1.325
Tiendas Exterior	791	1.022	2.796	1.124	1.795
<b>TOTAL</b>	<b>23.513</b>	<b>49.686</b>	<b>73.974</b>	<b>78.439</b>	<b>85.998</b>

## EBITDA

COP millones



## Margen de la Operación por canal

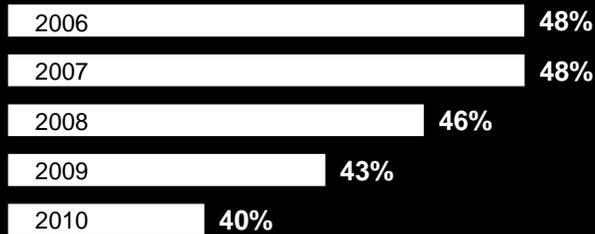
COP millones

	2006	2007	2008	2009	2010
Tiendas	-993	1.465	6.548	7.468	11.601
Grandes Superficies	-784	-708	356	1.502	1.771
Institucional	-287	-463	-167	45	275
Tiendas Exterior	-760	-529	430	138	219
Administrativos	-3.653	-7.018	-7.097	-6.743	-6.663
<b>TOTAL</b>	<b>-6.477</b>	<b>-7.253</b>	<b>69</b>	<b>2.410</b>	<b>7.203</b>



# Resultados Financieros

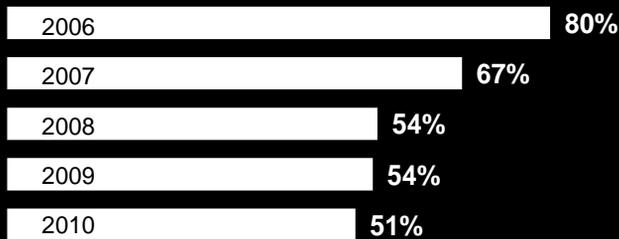
## Costo de Ventas / Ingresos



## Crecimientos vs. 2009

Ventas	9,6%
Costo de Ventas	3%
Utilidad Bruta	15%
Gastos Oper.	6%
Gastos Admon.	0%
EBITDA	199%

## Gastos Totales / Ingresos



## Tiendas y Puntos de Venta en Grandes Superficies



# Proyecto de Distribución de Utilidades

**EI EBITDA** (utilidad operacional antes de intereses, impuestos, amortizaciones y depreciaciones) continuó con su tendencia creciente durante el 2010 (tercer año consecutivo con EBITDA positivo), mostrando las eficiencias logradas en todas la áreas del negocio, logrando mejorar la generación de caja de la compañía , y consolidar un negocio sostenible en el tiempo.

Para este periodo la cifra alcanzada fue de \$7.203 millones, lo que representa un incremento de \$4.793 millones frente a los \$2.410 millones generados en el ejercicio del 2009. Teniendo en cuenta que el EBITDA del 2008 fue de \$69 millones, en apenas dos años este indicador clave tiene un crecimiento de 10.340%



En un año  
Triplicamos el  
**EBITDA**

**+199%**

Crecimiento  
EBITDA

El Código de Comercio, en su artículo No. 141 en materia de utilidades sociales, establece:

“en ningún caso podrá distribirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores”.

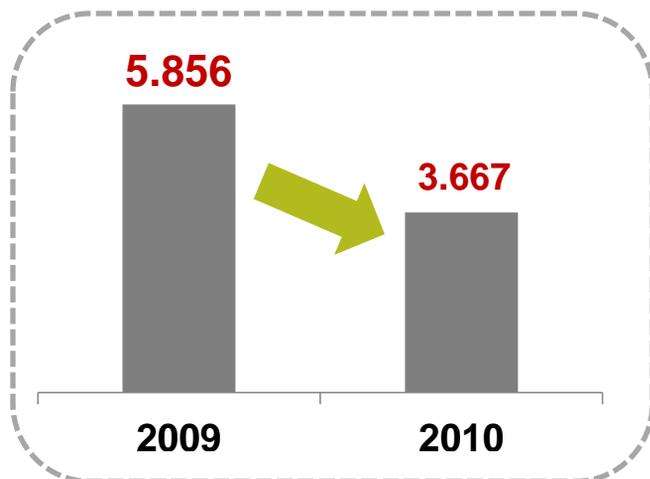
*En el ejercicio del año 2010, el resultado neto de Procafecol S.A. fue de -\$19.150 millones de pesos. En consecuencia no se propone un proyecto de distribución de utilidades.*

## Re-estructuración Financiera

En julio de 2010, Procafecol reestructuró el total de su deuda financiera obteniendo un crédito con el Banco Davivienda por un monto de \$42.655 MM de pesos a un plazo de 8 años y a una tasa de DTF + 4.6% EA. Dicho crédito fue destinado a la cancelación de la deuda de corto y largo plazo que se encontraba a un menor plazo y a una mayor tasa.

Adicionalmente se pre-cancelaron contratos de Leasing por valor de \$1.565 MM de pesos. La anterior reestructuración sumada a la constante gestión de negociación con las entidades financieras durante todo el 2010, le permitió a la compañía tener una disminución del gasto por intereses financieros.

### Reducción de Intereses millones de pesos



## Re-estructuración de Intereses: NFCGC



En el tercer trimestre del 2010, se llevó a cabo una reestructuración financiera en aras de optimizar los activos y la estructura de capital de Procafecol. Para lo cual se realizó una depuración de activos improductivos, que impactó de manera significativa la Utilidad Neta de la compañía. De esta manera hemos sentado las bases para asegurar la sostenibilidad del plan estratégico de largo plazo.

**Monto:**  **\$11,061 millones de pesos**

# Indicadores Financieros

Las cuentas del balance fueron promediadas con el saldo al 31 de diciembre del 2009 y al 31 de diciembre de 2010.

**Indicadores de Liquidez:** Capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones financieras de corto plazo, guardando un adecuado margen de seguridad.

**124%**  
**Razón Corriente**  
Los activos corrientes cubren en 124% los pasivos corrientes.

**97%**  
**Prueba Ácida**  
No tiene en cuenta el saldo de los inventarios en el activo corriente.

**\$5.423**  
**Capital de Trabajo**  
Los activos corrientes exceden en \$5.423MM los pasivos corrientes.

**Indicadores de Endeudamiento:** Grado en que participan los acreedores a corto y largo plazo dentro de la financiación de la empresa.

**47%**  
**Endeudamiento Total**  
El total de los pasivos representan el 47% del total de los activos

**90.2%**  
**Apalancamiento Financiero**  
El patrimonio de la compañía está comprometido en un 78.2% con los acreedores

**41%**  
**Endeudamiento a Corto Plazo**  
La concentración del endeudamiento a corto plazo es del 41.4%

**Eficiencia Operacional:** Grado de eficiencia con el cual se manejan los recursos de las compañía y se logra la recuperación de los mismos

**35 días**  
Costo de Ventas /  
Proveedores

**62.4 días**  
Costo de Ventas /  
Inventarios

**12.4 días**  
Costo de Ventas /  
Productos terminados

**11.1 días**  
Ventas /  
Cuentas por cobrar a  
Clientes

**73.5 días**  
Ciclo Operacional  
Rotación Inventario +  
Rotación CxC a Clientes

**38.5 días**  
Ciclo Efectivo  
Ciclo Operacional –  
Rotación Proveedores

# Indicadores Financieros

Las cuentas del balance fueron promediadas con el saldo al 31 de diciembre del 2009 y al 31 de diciembre de 2010.

**Rentabilidad:** Grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas.

**-13.18%**

**Margen Operacional**

Utilidad Operacional /  
Ingresos Operacionales

**-9.76%**

**ROA**

Utilidad Operacional /  
Activos Totales

**-22.3%**

**Margen Neto**

Utilidad Neta /  
Ingresos Operacionales

**-31.38%**

**ROE**

Utilidad Neta /  
Patrimonio

**-31.38%**

<b>D U P O N T</b>	(Utilidad Neta / Ingresos Oper.)	<b>-22,3%</b>
	X	
	(Ingresos Oper. / Activos)	<b>74%</b>
	X	
	(Activos / Patrimonio)	<b>190%</b>

***La marca Juan Valdez® Café se creó en 2002 para identificar las tiendas y productos de café premium colombiano***



## **Tiendas**

*En 2010 el canal de Tiendas tuvo una evolución y crecimiento sobresalientes, lo que permitió consolidar la marca Juan Valdez® a nivel mundial con 116 millones de clientes atendidos desde 2006 y más de 150 tiendas a nivel mundial.*

*Lo anterior se refleja en el crecimiento de las ventas del canal de Tiendas Colombia en un 8% y del canal de Tiendas exterior en un 60%.*

# Tiendas Colombia

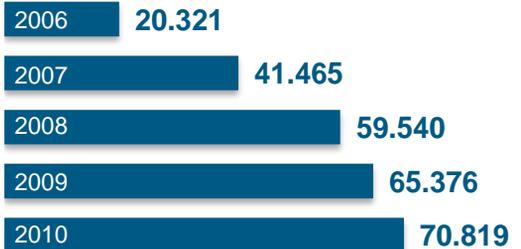
Para el canal de tiendas fue un año positivo, si se tiene en cuenta que el indicador que mide la experiencia de los clientes en los 3 atributos principales: PAS (Producto, Ambiente y Servicio) obtuvo una calificación de 96% (sobre 100 %) en satisfacción.

Asimismo, se lanzaron 2 nuevos modelos de experiencia. En el primero se introdujeron innovaciones en los 3 frentes (PAS), con nuevo mobiliario, murales, talleres de café, pantallas digitales y, cafés personalizados, reflejando así más calidez y expertise.

El segundo modelo es el formato Kiosco, diseñado para conquistar momentos y lugares como: universidades, hospitales, oficinas y ciudades. Estos Kioscos serán el modelo a franquiciar para Colombia.

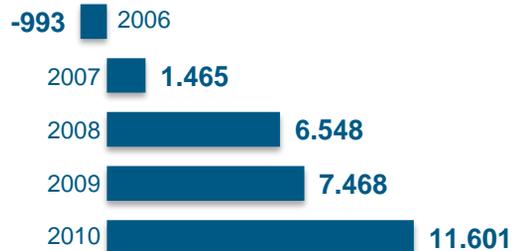
## Ingresos Operacionales

COP millones

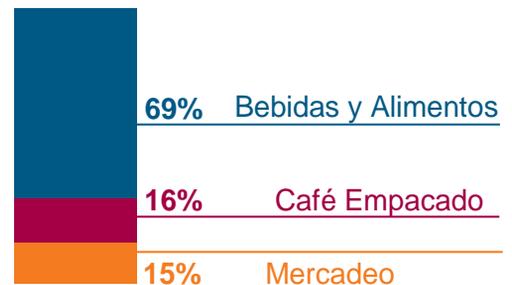


## Margen de la Operación

COP millones



## Ventas por Categoría



*El cappuccino, el granizado y la torta de zanahoria son las bebidas y alimentos más consumidos dentro de su categoría*



# Tiendas Exterior

Para el canal de tiendas en el exterior el número de establecimientos comerciales se incrementó como resultado del buen desempeño del negocio y del crecimiento en la demanda de estos países. Ecuador realizó 9 aperturas durante el 2010, lo cual le permitió finalizar el año con 19 locales en operación, y un crecimiento de ventas de las tiendas de 41%. Por su parte las tiendas de Chile presentaron un incremento de ventas vs. 2009 de 51%. En España se pasó de 4 tiendas en el 2009 a 6 en el 2010. con un nuevo modelo de negocio híbrido adaptándonos a las difíciles condiciones de la economía local.

## Chile

9  
Tiendas



## EE.UU.

6  
Tiendas



## Ecuador

19  
Tiendas



## España

6  
Tiendas





## ■ Grande Superficies

*En el 2010 Juan Valdez se posicionó como el líder en las preferencias de consumo de café Premium , y cerró el año con 4.029 puntos de venta en todo el mundo. En términos de ventas, el canal creció un 14%. Puntualmente Colombia creció 17% e Internacional (sin EE.UU.) 121% gracias a que se amplió su actual cobertura en Europa, Asia y Norte América.*

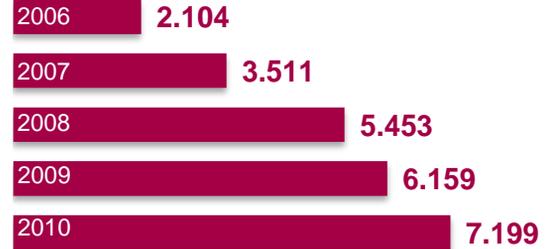
# Grandes Superficies Colombia

El 2010 arrojó buenos resultados para el canal, lo que representó un crecimiento de 16% con respecto al 2009. Por otro lado, el incremento en ventas del canal se debió a las actividades que incrementaron la presencia de la marca y que acercaron a los consumidores al mundo del Café Premium.

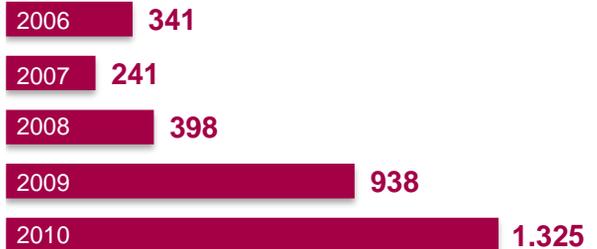
Con el programa **“Aprende con Juan Valdez”**, se crearon espacios de educación en supermercados y en la nueva tienda del JWMarriot, lo que permitió al consumidor conocer más sobre la calidad y las diferentes formas de preparar/degustar el Café Juan Valdez. Este programa en Carulla generó un crecimiento del 20% en los puntos donde se realizó.



## Ingresos Operacionales COP millones



## Margen de la Operación COP millones



En el 2010, cumpliendo con el objetivo de acercar el consumidor al origen, se realizó la promoción de “La Travesía del Café”, donde el premio para el consumidor era viaje para conocer y vivir el ciclo de vida del café: desde la recolección hasta la preparación en una tienda Juan Valdez® de Chile. Con esta promoción se lograron ventas históricas en el canal de retail Colombia, logrando mantener un incremento del 14% sobre el promedio los meses siguientes a la promoción

460



Puntos de Venta

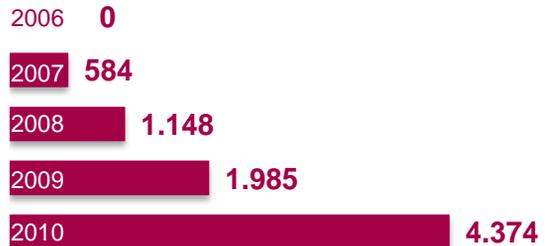
# Grandes Superficies Internacional

A nivel internacional, los mercados de Ecuador y Chile tuvieron un excelente desempeño. Asimismo, durante el 2010, entramos a Reino Unido, Corea del Sur y Canadá. En el Reino Unido se obtuvo la codificación del café liofilizado en la segunda cadena más grande de supermercados del mundo, TESCO, con presencia en más de 550 puntos de venta. Adicionalmente, también llegamos a uno de los mercados asiáticos más interesantes con la codificación en más de 100 puntos de venta de las cadenas Lotte y Hyunday.



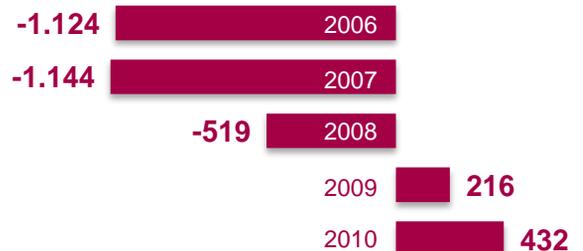
## Ingresos Operacionales

COP millones



## Margen de la Operación

COP millones



# Grandes Superficies Estados Unidos

En Estados Unidos continuamos la consolidación en supermercados como Walmart, con un incremento en los puntos de venta donde se comercializa café liofilizado. Asimismo estamos en Amazon.com y durante el último trimestre logramos codificar nuestro café en más de 120 puntos de venta en el mercado canadiense con National Importers.

**WAL★MART**

amazon.com.

NATIONAL  IMPORTERS



## ■ **Institucional**

*El 2010 fue para el canal un año de ajustes donde se cambió el enfoque de ventas, buscando negocios y clientes que fueran más rentables para la compañía. Lo anterior se evidencia en la mejora del Margen de la Operación del canal durante el 2010*

# Canal Institucional

Actualmente tenemos presencia exclusiva en los mejores Hoteles y Restaurantes del país, algunos de nuestros clientes son:



JW MARRIOTT®  
HOTELS & RESORTS



Sheraton  
Bogotá  
Hotel



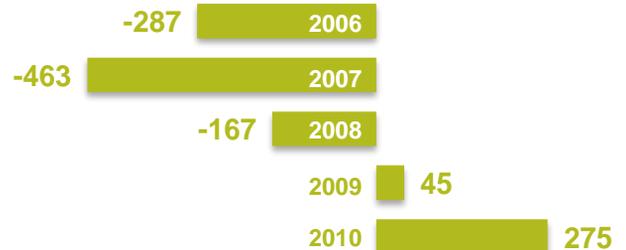
## Ingresos Operacionales

COP millones

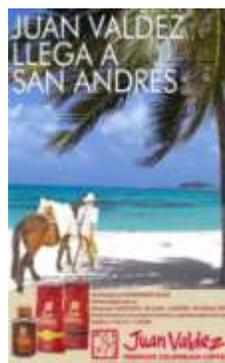


## Margen de la Operación

COP millones



También logramos llegar a un nuevo mercado, San Andrés. teniendo presencia en la mayoría de los principales supermercados, hoteles y restaurantes de la isla.



**511%**  
Crecimiento  
EBITDA



## **Innovación**

*Siguiendo con la tendencia innovadora de la marca Juan Valdez®, en el 2010 Procafecol presentó importantes cambios y avances en casi todas sus líneas de productos.*

# Innovación

Para la innovación se tienen en cuenta 4 ejes sobre los cuales se trabajan los desarrollos en Procafecol.

## Educación

Se desarrollaron kits educativos que incluyeran elementos de preparación de café, que generaron ventas por más de **\$270 millones**. Con el lanzamiento de la nueva máquina para preparación de PODS Samurai –Juan Valdez se incrementaron las ventas de PODS en un 60% con respecto al 2009, llegando a vender más de **1.200.000 PODS** durante el 2010. Para el 2011 se espera innovar en las variedades de PODS que se ofrecen, iniciando con un POD descafeinado para el 1Q y ediciones especiales durante el año.

**88**  
Nuevos  
productos

**\$2.812**  
Millones en Ventas  
Generadas

## Responsabilidad Social

En el 2010, lanzamos 8 ediciones de cafés conmemorativos, que apoyan diferentes proyectos sociales, además se beneficiaron diversas comunidades de artesanos en zonas cafeteras. Las ventas de estos cafés conmemorativos representaron ventas de más de **\$250 millones**

Continuamos apoyando los proyectos de reintegración de la Alta Consejería, por medio de nuestro café de Navidad, El Café de la Reconciliación. En donde un porcentaje de las ventas de este café son destinadas a proyectos educativos y de prevención de reclutamiento para los niños de la comunidad. En el 2010 apoyamos a la comunidad de Rionegro en Santander. Con este café y su campaña Procafecol obtuvo el premio en efectividad de publicidad en la categoría de Responsabilidad Social premio EFFIE.



# Innovación

## Responsabilidad Ambiental

Con el agua H2Origen, 50 pesos por botella son destinados a creación de talleres educativos para la preservación de fuentes de agua en zonas cafeteras. Por otro lado con el café de Aves de zonas cafeteras, de San Isidro- Huila, se apoya el trabajo que busca la preservación de especies de aves en vía de extinción.



## Renovación - Nueva Imagen

Con el objetivo era elevar la percepción Premium de la marca y refrescar el empaque, se lanzaron nuevos empaques para la línea de café empacado. Con 2 líneas claras en el portafolio: Premium Selection y Gourmet Selection.



## Renovación - Nueva Imagen

Renovación de la imagen de menús que permitió dar a conocer nuevos productos, que impulsaron la categoría de Bebidas Frías

NEVADOS Y BEBIDAS FRÍAS			ESPRESSOS	
NUESTRAS EXCLUSIVAS BEBIDAS FRÍAS DE CAFÉ Y FRUTAS			ENSOS PREPARADOS CON CAFÉ VOLCÁN	
<b>Nevados</b>	<b>Granizados y Helados</b>	<b>Frappés</b>	<b>Cappuccinos</b>	<b>Lattes</b>
Café: 6.900 - 7.900	Granizado en Leche: 4.800 - 4.800 Granizado: Rapsodi: 8.100 - 8.100	Frappé en Agua: 5.000 - 6.000 Frappé en Leche: 7.400 - 8.400	Cappuccino: 3.300 - 3.400 - 4.300 Cappuccino Helado: 4.800 - 5.300 - 6.700	Moca: 3.700 - 4.100 - 4.600 Latte: 4.200 - 4.600
Arepuzpe: 7.100 Galleta: 8.100 Chocolaz: 8.100 Brownie: 8.100 Mochap: 8.100	Helado con leche: 4.900 Molcaje de Café: 7.000 - 8.000 Molcaje Miel: 7.100 - 8.100 Helado de Café: 3.100 Helado de Molcaje: 3.200	Frappé con leche: 7.400 - 8.400 Frappé con leche Condensado y Chocolate: 8.400	Espresso Condado: 2.900 Espresso Verde: 3.000 Espresso: 3.000 - 3.100 - 3.400 Molcaje: 3.900	Cappuccino Verde: 4.800 - 5.300 - 6.700 Latte: 3.100 - 3.400 - 4.100 Moca: 2.800 - 4.000



## Renovación . Ropa

Lanzamiento de la línea de ropa Juan Valdez – FIBRA, que permitió revertir la tendencia de la categoría. En el segundo semestre creció 3% en unidades vs el mismo periodo de 2009

## Redes Sociales:

En la página Oficial de Juan Valdez en Facebook, obtuvimos un crecimiento del 274% en fans durante el año, y somos la pagina numero uno (1) en Colombia, de las primeras 20 en Latinoamérica y la 174 en el mundo, con **740.000 fans**.

# Lanzamiento Plan Estratégico

En junio del 2010 se lanzó a toda la compañía el plan estratégico de Procafecol, en un evento en el centro de convenciones Logyca. Donde todos los empleados conocieron los objetivos estratégicos, la nueva misión y visión.



## Misión

Lograr un modelo de negocio que genere una experiencia relevante y única alrededor del Café Premium de los cafeteros colombianos.

## Visión

Ser la cadena de tiendas especializadas en cafés de Colombia y la mayor generadora de valor para la identidad y marca del café premium de los cafeteros colombianos

## Los 3 objetivos estratégicos

Mejorar la **rentabilidad** de la compañía, realizar la **experiencia** de los clientes hacia la marca, y definir un proceso de **expansión** en mercados predeterminados.

# Celebración, Juan Valdez - 50 años

Se celebraron por todo lo alto los 50 años de creación del personaje Juan Valdez. Por la venta de productos alusivos a la celebración que generaron más de **70 millones** de pesos en ventas.



Juan Valdez®



## ■ **Gestión Interna**

---

*Los procesos internos de Procafecol apoyan la labor comercial de la compañía en aras de maximizar la rentabilidad y eficiencia operativa. El 2010 fue un año donde se consolidaron importantes proyectos que generaron importantes ahorros.*

# Gestión Interna

## **Gestión Logística**

En el primer trimestre del 2010 se implementó el modelo de Nivel Optimo de Inventario (NOI), el cual se basa en un pedido sugerido que busca la elaboración de pedidos acordes a las necesidades de la tienda, reduciendo los niveles de inventario sin caer en rupturas en la góndola ni en la venta de productos de preparación y mercadeo. Se asegura así la cantidad óptima de mercancía para la venta. Asimismo en el área de transporte se unificó la operación por zonas a nivel nacional generando importantes ahorros en este rubro.

**\$616 MM**  
**Ahorrados**

**\$389 MM**

**Ahorro en transporte**

**26%**

**Promedio Mensual –  
Reducción del costo final  
en inventario de  
Productos terminados**

## **Gestión Administrativa**

Durante el 2010 la dirección administrativa generó importantes eficiencias en las diferentes áreas donde suministra bienes y servicios para la empresa. En la negociación de contratos de arrendamiento, se lograron importantes ahorros aprovechando la nueva tasa de impuesto de timbre (0%), y se renegociaron varios contratos reduciendo el valor de los cánones e incrementos. Asimismo los seguros y el suministro de bienes y servicios generales fueron optimizados generando ahorros y eficiencias administrativas



# Gestión Interna

## Recursos Humanos

Se realizó el programa “Tour Cafetero”, que tuvo como objetivo que todos conociéramos el proceso del café desde el momento de la siembra hasta la cosecha y beneficiadero. Asistió nuestro equipo de tiendas y oficinas de Bogotá

Por otro lado se efectuó la redefinición de las competencias corporativas, y en una primera fase, todas las competencias de los cargos críticos del área comercial y de operaciones.

699

Empleados incluidos en capacitaciones que mejoran el trabajo en equipo y el clima laboral

752 empleos

Generó Procafecol al cierre de 2010 (Oficina Central + Tiendas)

# Best Buddies

En el año 2006 Juan Valdez® realizó una alianza con la fundación Best Buddies, la cual cuenta con dos programas orientados al beneficio de quienes hacen parte de ella: **Amigos del Alma e Inclusión Laboral**.

En 2010 se incorporaron 2 nuevos Amigos del Alma al equipo de Juan Valdez®.

En total, 6 Amigos del Alma nos han acompañado y cumplen un papel fundamental en las tiendas.



*“Best Buddies Colombia es una organización internacional sin ánimo de lucro, cuyo objetivo fundamental consiste en abrir caminos hacia la integración social de las personas con discapacidad cognitiva en el país.”*

**Ver más información:** <http://www.bestbuddies.com.co>



## ■ **Caficultores y Accionistas**

*En 2010 Procafecol S.A. estuvo en constante contacto con accionistas y caficultores, que se benefician de la gestión de la compañía a través de diferentes procesos.*

# Beneficio al Caficultor

*Siguiendo con la política de responsabilidad social que caracteriza a Procafecol S.A. y a la Federación Nacional de Cafeteros, continuaron las contribuciones de la compañía vía regalías al Fondo Nacional del Café cuyo propósito es apoyar, financiar y beneficiar al caficultor colombiano a través de proyectos de Sostenibilidad en Acción. Asimismo, nuestra política de compras de café sigue reconociendo primas sustanciales por la calidad del café, por encima del precio del café tradicional de exportación, que se transfieren a los productores.*

## En 2010



**14.000**  
Sacos de 70kg  
Aprox

**123 MM**  
De Tazas

**19.5** ctvs  
de dólar por  
libra  
adicionales

■ Regalías Procafecol

**\$18.590 MM**

Girados por Procafecol

2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010

Los aportes girados al FoNC han venido creciendo de manera sostenida desde el 2004

# Atención al Accionista

Durante el 2010, la Oficina de Atención al Accionista estuvo en contacto con más de **2.298 accionistas** que se acercaron tanto para solicitar información de la compañía. como para ejercer sus derechos de opción de venta.

**En 2010**



**Canal orientado a los accionistas de Procafecol:**

•Información General - Página Web:  
[www.juanvaldezcafe.com/acciones](http://www.juanvaldezcafe.com/acciones)

**Oficina de accionistas:**

•Correo Electrónico:  
[acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com](mailto:acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com)  
[sergio.camargo@juanvaldezcafe.com](mailto:sergio.camargo@juanvaldezcafe.com)

•Línea telefónica: (1) 3269232  
Ext. 1584 -1407

•Atención: Sergio Camargo Hernández

## ■ **Perspectivas**

*Como una continuación de los objetivos propuestos en el plan estratégico, en el 2011 seguirá la consolidación de Juan Valdez® como una marca de alcance global. Dentro de las diferentes iniciativas que comenzarán a ejecutarse en el 2011 destacamos las siguientes:*



# Perspectivas

## Apertura Aeropuerto de Miami



Avanzando en nuestra estrategia de puntos de venta en aeropuertos con la compañía americana Newslink, en el segundo trimestre del 2011 se abrirá la tienda en el nuevo terminal del Aeropuerto Internacional de Miami.



## Desarrollo Modelo de Expansión a través de Franquicias

En Colombia se implementará el modelo de franquicias bajo el formato de kioscos y, con la experiencia obtenida, a nivel internacional se implementarán diferentes formatos.

## Duplicar Puntos de Venta en 5 años

Esperamos crecer en el canal de grandes superficies a nivel internacional para alcanzar 8058 puntos de venta a nivel mundial.

## Diez Tiendas en España

En el 2011, se realizarán aperturas y remodelaciones bajo la modalidad de inversión conjunta

*En cumplimiento del artículo 47 de la ley 964 de 2005 se informa que al 31 de diciembre de 2010 Procafecol S.A. ha dispuesto de mecanismos y procedimientos de control y de revelación para asegurar que la información financiera sea presentada en forma adecuada. Procafecol realiza en forma permanente la evaluación de sus procesos y la verificación de la operatividad de los controles establecidos al interior de la Compañía para identificar los riesgos del negocio y establecer acciones mitigantes; dichos resultados son presentados ante el comité de auditoría, el revisor fiscal y la junta directiva.*

*Así mismo, el Representante Legal informa que desconoce de irregularidades que comprometan a la gerencia o a los empleados que desempeñan funciones importantes dentro del sistema de control interno y que pudieran tener un efecto importante sobre los estados financieros.*

*Adicionalmente, Procafecol S.A., en cumplimiento de los deberes que le aplican por ser emisores de valores, efectúa una adecuada revelación de la información mediante la publicación trimestral de la información financiera en la página de la Superintendencia Financiera y de manera permanente comunica al mercado cualquier información que tenga carácter relevante. El código de comercio en su artículo 141 en materia de utilidades sociales, establece que en ningún caso podrá distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores.*

# **INFORME ESPECIAL**

**Relación económica de Procafecol S.A con su entidad controlante y sus sociedades controladas**

# Informe Especial

De conformidad con las prescripciones de la Ley 222 de 1995 artículo 29 y atendiendo a la situación de subordinación de Procafecol frente a su entidad controlante y aquellas controladas por la compañía, se presenta el informe especial sobre las relaciones económicas sostenidas durante el año 2008, en los siguientes términos:

## Operaciones entre FNC (controlante) y Procafecol (controlada)

En septiembre de 2009, se formalizó la suscripción de 1.294.690 acciones ordinarias de la Sociedad, por parte de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Adicionalmente, durante el año 2010 la Federación realizó la compra de acciones preferenciales a caficultores por un total de 476.716 acciones preferenciales, en ejercicio de la opción de venta ofrecida en la emisión de estas acciones.

Como resultados, la Federación incrementó su participación accionaria a un total de 13.394.430 acciones ordinarias y 944.534 acciones preferenciales sin derecho a voto para un total de 14.338.964 acciones, equivalentes a una participación porcentual del 81.53% en el capital de la Sociedad.

## Operaciones entre Procafecol y sus sociedades controladas

### ***NFCGC Investments Inc.***

Es una sociedad organizada de conformidad con las leyes del Estado de Delaware, Estados Unidos de América, que actúa como *holding* para la administración de las tiendas de café Juan Valdez® en ese país. Esta sociedad fue constituida en septiembre de 2004, y Procafecol tiene una participación equivalente al 96.36% de la sociedad por un valor nominal total de US\$1.059.960.

Con ocasión de la reestructuración corporativa de las sociedades controladas por Procafecol S.A. en los Estados Unidos, a la fecha se ejerce situación de control de forma indirecta sobre las sociedades NFCGC Café, LLC., NFCGC Airports, LLC. y NFCGC Retail, LLC. por intermedio de la sociedad filial NFCGC Investments, Inc.

### ***Coffea Arabicas Beverages***

**S.A.** Procafecol S.A. es titular, de forma directa e indirecta a través de Pod Col Coffee Ltda. y de NFCGC *Investments Inc.*, del 99,95% del capital de esta sociedad constituida en noviembre de 2005 con domicilio en la ciudad de Bogotá. La actividad principal de esta compañía, es la comercialización de café colombiano en todas sus formas, la producción y comercialización de bebidas colas a base de café.

### ***Pod Col Coffee Ltda.***

A mediados de 2004 Procafecol adquirió 60 cuotas sociales y en el primer trimestre del año 2006, adquirió otras 939 cuotas sociales para un total de 999 cuotas, que representan el 99.9% del capital de la compañía. La sociedad Pod Col Coffee Limitada (PCC LTDA) tiene por objeto social la comercialización de café colombiano en todas sus presentaciones y formas -PODS, extracto de café congelado y/o estabilizado, máquinas de café, bebidas de café tipo gaseosas, café tostado, molido y en grano- en distintos puntos de venta a nivel nacional o a nivel internacional.

# Informe Especial

## Operaciones entre Procafecol y otras sociedades en las que tiene participación

### ***Cafescol Tiendas S.L.***

A mediados de diciembre de 2005, Procafecol S.A. adquirió Cafescol Tiendas SL, por un monto de 250.000 euros. Esta inversión se registró por el método de participación hasta julio de 2007, ya que en agosto 3 de 2007 se firmó un contrato de asociación con Casual Brand Group S.L., adquiriendo esta compañía el 75% de las acciones y conservando Procafecol el 25% restante. De acuerdo al contrato con Casual Brand Group S.L. firmado el 4 de junio de 2007, se estableció que los socios deberían realizar futuras capitalizaciones hasta el 2009 y que las ampliaciones de capital de Procafecol se realizarían mediante compensación de acreencias. Cafescol cumple la función de operador de las tiendas Juan Valdez® en España.

### ***Coffeecol INC..***

El 28 de diciembre de 2007, Procafecol adquirió por un monto total de USD 265.470 dólares americanos, el veinte por ciento de las acciones en circulación de Coffeecol, Inc. Esta sociedad está domiciliada en el estado de la Florida, Estados Unidos, y su actividad principal es la comercialización de productos derivados del café 100% colombiano.

### ***Promotora Chilena de Café de Colombia S.A.***

En asocio con la compañía chilena S.A.C.I. Falabella se constituyó la sociedad anónima cerrada denominada Promotora Chilena de Café Colombia S.A., - "Procafecol Chile S.A."-, cuyo domicilio es la ciudad de Santiago, República de Chile. Procafecol S.A. posee el 35% del capital, correspondiente a 350.000 acciones y el restante 65% corresponde a la sociedad Chilena S.A.C.I Falabella.

A través de esta asociación se busca penetrar masivamente el mercado del consumo de café premium colombiano en Chile, inicialmente con la inauguración de cerca 21 tiendas de Café Juan Valdez® en dicho país.

### ***Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A.***

En virtud del acuerdo celebrado el 11 de abril de 2008 y bajo el esquema de vinculación de terceros, Procafecol S.A y Latincafé S.A. acordaron la constitución de una sociedad domiciliada en la ciudad de Quito y denominada Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A., con el fin de instrumentar la operación en el Ecuador. De esta sociedad, Procafecol participa del 20%, correspondiente a 100 acciones, y Latincafé S.A. del 80% de su capital.

El plan de negocios del proyecto contempla la apertura de diecisiete Tiendas Juan Valdez® Café en las ciudades de Guayaquil y Quito.

# Informe Especial

## Resultados económicos de las sociedades

### *Cuentas por Cobrar: Vinculados Económicos*

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Cafescol Tiendas SL	\$ -	\$ -
Coffea Arabicas Beverages S.A.	-	-
Pod Col Coffee Ltda.	-	94.826
Promotora Chilena de Café Colombia	-	-
Federación Nacional de Cafeteros	7.332	7.071
NFCGC Investments Inc. (1)	<u>67.823.220</u>	<u>73.693.824</u>
<b>Total</b>	<u><u>\$ 67.830.552</u></u>	<u><u>\$ 73.795.721</u></u>
Menos porción corto plazo	<u>1.279.054</u>	<u>28.892.254</u>
Total largo plazo	<u><u>\$ 66.551.498</u></u>	<u><u>\$ 44.903.467</u></u>
Cuentas por pagar a vinculados: (Nota 12)		
Federación Nacional de Cafeteros	\$ 5.405	\$ 15.546
Coffea Arabicas Beverages S.A.	-	119.041
Pod Col Coffee Ltda.	615.168	1.028.083
NFCGC	<u>19.417</u>	<u>-</u>
<b>Total</b>	<u><u>\$ 639.990</u></u>	<u><u>\$ 1.162.670</u></u>

(1)A 31 de diciembre de 2010 y 2009, Procafecol ha desembolsado préstamos a NFCGC Investments Inc. por \$66.662.388 y \$60.568.008 respectivamente y se causaron intereses por cuantías para el 2009 de \$10.337.375 y de \$723.952 hasta Julio de 2010. Adicionalmente se realizó una reestructuración de la cuenta por cobrar con NFCGC, cambiando el plazo de 5 a 42 años, eliminando la tasa de interés, y con amortización del capital al vencimiento en el año 2052. De igual manera en el mes de agosto se procedió con el castigo de intereses por valor de \$10.337.375 correspondientes a lo causado hasta el año 2009 y la reversión de los intereses causados en lo corrido del año 2010 por valor de \$723.952. También incluye para 2010 y 2009 respectivamente \$1.160.832 y \$ 2.788.441 correspondientes a venta de productos y servicios más la correspondiente diferencia en cambio.

# Informe Especial

## Resultados económicos de las Sociedades

*Montos de los activos, pasivos, patrimonio y resultados de cada una de las filiales*

### **CAB S.A**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Activo</b>	\$ 687.096	\$ 748.018
<b>Pasivo</b>	\$ 63.475	\$ 83.006
<b>Patrimonio</b>	\$ 623.621	\$ 665.012
<b>Resultado</b>	\$ (108.218)	\$ (147.734)

### **PCC LTDA**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Activo</b>	\$ 1.516.620	\$ 1.873.742
<b>Pasivo</b>	\$ 189.880	\$ 327.975
<b>Patrimonio</b>	\$ 1.326.741	\$ 1.545.767
<b>Resultado</b>	\$ 279.026	\$ 244.117

### **NFCGC**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Activo</b>	\$ 4.903.928	\$ 7.604.556
<b>Pasivo</b>	\$ 70.561.125	\$ 74.997.858
<b>Patrimonio</b>	\$ (65.657.197)	\$ (67.393.302)
<b>Resultado</b>	\$ (1.153.667)	\$ (22.792.285)

# Informe Especial

## Resultados económicos de las Sociedades

*La compañía celebró algunas transacciones con viculados económicos:*

### **Préstamos a Filiales**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
NFCGC Investments INC.	\$ 6.094.380	\$ 5.746.907
Cafescol Tiendas S.L.	-	-
Coffea arabicas Beverages S.	-	-

### **Intereses sobre préstamos a:**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
NFCGC Investments INC.	-	\$ 1.782.762
Cafescol Tiendas S.L.	-	-
Coffea Arabicas Beverages S.	-	19.796

### **Venta de Café y Servicios:**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
NFCGC Investments INC.	\$ 532.592	\$ 2.528.356

### **Venta de Materias Primas:**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Pod Col Coffee Ltda.	\$ 304.473	\$ 132.707

### **Compra de Bebidas y Materiales:**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Coffea Arabicas Beverages S.	\$ 90.596	\$ 105.814
Pod Col Coffee Ltda.	930.939	577.719

# Informe Especial

*Estructura societaria de Procafecol S.A. como holding de los proyectos de valor agregado de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia*

## Promotora de Café de Colombia S.A. “PROCAFECOL S.A.”

96.36%

*NFCGC  
Invesments  
Inc.*

25%

*Cafescol  
Tiendas S.L.*

77.48%

*Coffea  
Arabicas  
Beverages  
S.A.*

20%

*Coffeecol  
INC. .*

99.9%

*Pod Col  
Coffee Ltda.*

20%

*Promotora  
Ecuador S.A.*

35%

*Promotora  
S.A. Chile S.A.*

*Informe aprobado por  
Junta Directiva en sesión de Febrero 18 de 2011 y  
Asamblea de Accionistas en sesión de Marzo  
31 de 2011*



**© 2011 / Procafecol S.A.  
Derechos Reservados**