Informe de Gestión
- Año 2009 -

Contenido

Carta del Presidente
Informe Financiero
Gestión por Canal
- Tiendas
- Grandes Superficies
- Institucional

Innovación
Gestión Administrativa
Perspectivas
Informe especial

Una mirada al 2009…

Juan Valdez® Café una de las **5 marcas con mayor potencial** para adquirir dimensión global.

The Financial Times

Crecimiento del EBITDA

+3.363%

Accionistas Caficultores

22.010

Crecimiento Utilidad Operacional

$1.085MM

Crecimiento Ventas

+6%

Lanzamiento de Productos

+59

Interesados en negocios con la marca Juan Valdez®

1.500+

Regalías giradas

$4.300MM

Desde el inicio de la operación

+$14.000MM

girados al FoNC

2009: Un año de redireccionamiento

Durante el 2009, la gestión realizada por la compañía estuvo orientada hacia el redireccionamiento del modelo de negocio, el cual consistió en replantear la estrategia actual, tomar acciones correctivas para mejorar la rentabilidad y asegurar el crecimiento a largo plazo de Procafecol. Estas medidas permitieron que los resultados del 2009 mostraran una mejora significativa respecto al 2008, en cuanto a indicadores operacionales y de rentabilidad.

Desde sus inicios, el crecimiento alcanzado por las tiendas ha sido muy significativo, hasta el punto de llegar a atender más de 45 millones de clientes en los 5 países en donde operamos y lograr un reconocimiento de la marca cada vez mayor a nivel mundial.

El 2009 dio lugar a un ejercicio introspectivo a través del cual se ha logrado ajustar el modelo de negocio, con el fin de reorganizar la operación actual y buscar mayores eficiencias operativas y administrativas, para poder obtener un crecimiento de manera rentable y sostenido en el tiempo, que nos permita generar un valor agregado para nuestros accionistas.

El ajuste realizado durante el año reafirma las bases de una operación con gran potencial de crecimiento.

Como parte de este ejercicio y con miras a una expansión internacional, iniciamos la evaluación de un modelo de franquicias que nos permitirá identificar países afines a nuestra marca y conquistar mercados potenciales.

La expansión también estuvo presente en las grandes superficies tanto en Colombia como en el exterior, lo que permitió que para el 2009 tuviéramos presencia en cerca de 2.296 puntos de venta.

Logramos cerrar un acuerdo de distribución en Corea del Sur, el cual nos permitirá llegar a cerca de 650 supermercados en ese país y representa un punto de partida para iniciar operaciones en el mercado asiático. De esta manera, el canal de grandes superficies a nivel internacional continua siendo el de mayor potencial de crecimiento en el corto y mediano plazo, por lo que se seguirá ampliando la presencia de Juan Valdez® a nivel mundial.

La gestión realizada por cada uno de los miembros de la comunidad Juan Valdez® permitió que el 2009 fuera el segundo año consecutivo en el que la compañía generara un EBITDA (Utilidad Operacional antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) positivo. Para este periodo la cifra alcanzada fue de $2.410 millones, cifra record desde que Procafecol inició su operación.

El 2010 será el escenario para el desarrollo de un nuevo plan estratégico, enfocado en el crecimiento rentable de la operación y consolidación de nuevos negocios.

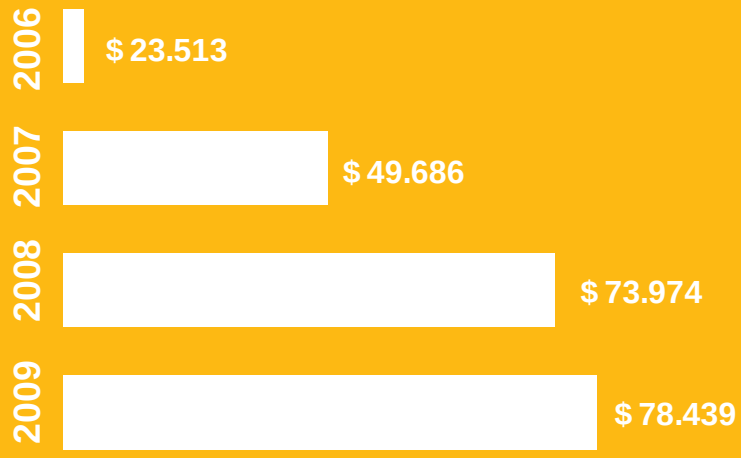
Esperamos seguir siendo un apoyo importante en el desarrollo social de las familias cafeteras colombianas, a través de procesos participativos y sostenibles en el tiempo que le den mayor visibilidad a su café y por esta vía capturar mayores ingresos para mejorar su calidad de vida.

CATALINA CRANE ARANGO
Presidente
PROCAFECOL S.A.

Información Financiera

$226 mil

millones vendidos
en 4 años

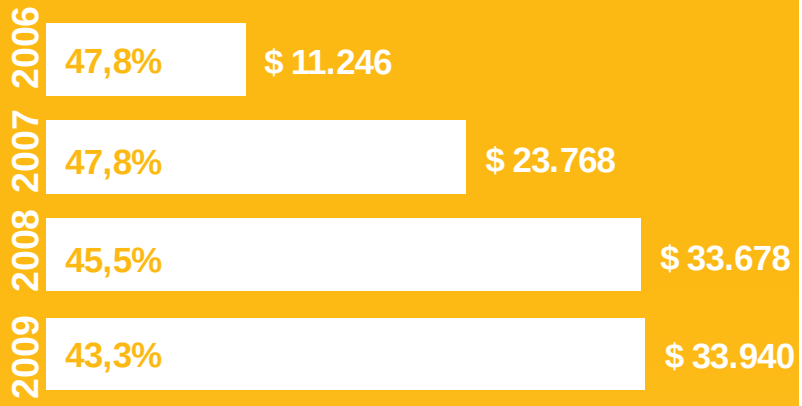


Ventas totales de Procafecol

$44.499

millones

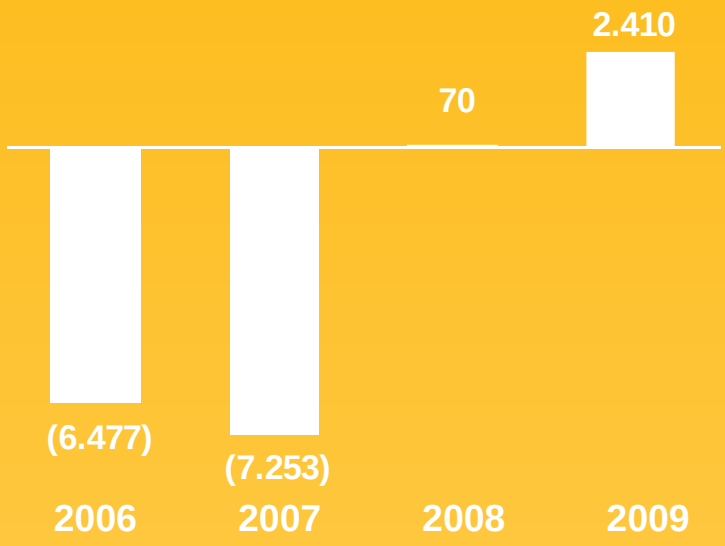
utilidad operacional en
2009



El Costo de Ventas como % de las ventas se encuentra en su mínimo histórico

3.363%

Crecimiento del EBITDA
en 2009



Recuperación del EBITDA de $8.887 Millones desde el 2006

La marca Juan Valdez®…

Juan Valdez® es un personaje que simboliza a los caficultores colombianos y busca dar identidad al Café de Colombia, diferenciándolo de otros orígenes y promoviendo su consumo en los diferentes mercados. Los caficultores colombianos han invertido importantes recursos durante los últimos 50 años para posicionar este ícono, haciendo de Juan Valdez® uno de los símbolos más reconocidos a nivel internacional.

La marca Juan Valdez® Café fue creada para identificar nuestras tiendas y productos de café Premium colombiano que contribuyen directamente al bienestar de los nuestros cafeteros.

Crecimiento vs. 2008

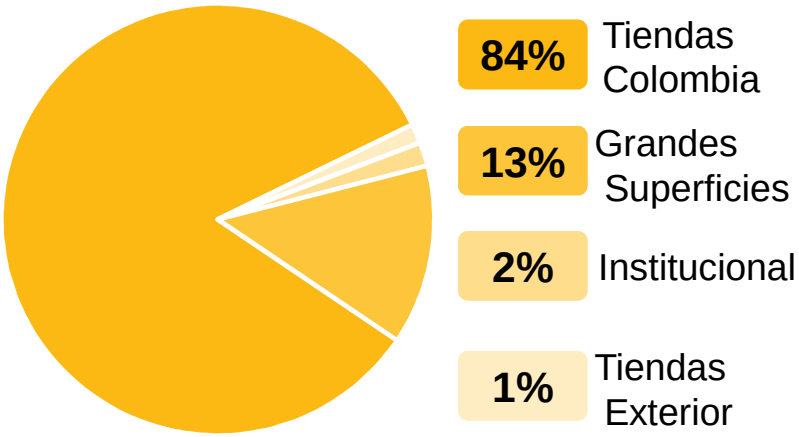
Ingresos Operacionales	+6,0%
Costo de Ventas	+0,8%
Utilidad Bruta	+10,3%
Gastos Operacionales	+11,9%
Gastos Administrativos	-6,9%
EBITDA	+3.363%

La gestión realizada por la compañía durante el 2009 permitió que los resultados financieros mostraran una mejora significativa respecto al 2008.

Composición de los Ingresos

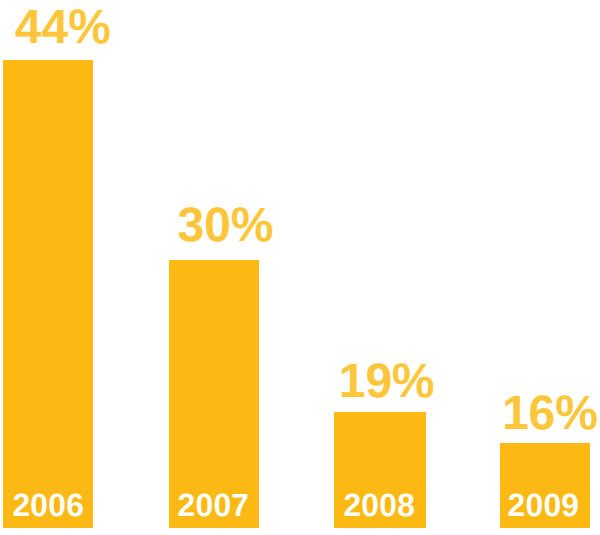
Los ingresos totales de Procafecol, que incluyen las ventas por operación directa y los ingresos por cuentas en participación, sumaron $78.438 millones de pesos, que corresponde a un crecimiento del 6% respecto al año 2008.

A partir de una importante gestión de renegociación y búsqueda de proveedores más rentables, en el 2009 se alcanzó una mayor eficiencia en el costo de ventas (43,2% vs. 45,5% en 2008) que permitió un incremento tanto en la utilidad bruta como en el margen bruto.



La utilidad bruta de la compañía alcanzó los $44.499 millones, lo que representan un crecimiento del 10% respecto al 2008. Con esta utilidad el margen bruto se situó en 57%, el mayor nivel presentado en la compañía.

Gastos administrativos como % de las ventas



Durante el año se realizó una reestructuración de la planta administrativa que permitió una reducción significativa de los gastos administrativos. Como porcentaje de las ventas a cierre del 2009, los gastos administrativos representaron un 16%, mientras que en el 2008 fueron de 19%. Esta reducción se traduce en $941 millones de pesos de ahorro, que impactaron positivamente el resultado de la compañía.

Todas estas acciones correctivas que tomó la compañía durante el 2009, permitieron una recuperación de la utilidad operacional de $1.085 millones.

EBITDA

El EBITDA (utilidad operacional antes de intereses, impuestos, amortizaciones y depreciaciones) es un indicador importante para medir el desempeño de la operación, puesto que muestra su capacidad de generación de caja. La evolución de este indicador en Procafecol ha sido muy positiva puesto que el 2009 es el segundo año consecutivo en el que la compañía genera un EBITDA positivo.

Para este periodo la cifra alcanzada fue de $2.410 millones, lo que representa un incremento de $2.340 millones frente a los $70 millones generados en el ejercicio del 2008.

2 años

consecutivos con

EBITDA

positivo

Capitalización y otros ahorros

USD$6,5

millones de dólares Capitalización recibida por parte de la Federación Nacional de Cafeteros

La capitalización recibida por parte de la Federación Nacional de Cafeteros por 6,5 millones de dólares, fue destinada a la cancelación de deuda financiera existente por valor de $11.245 millones de pesos.

Esto sumado a una reestructuración de la deuda a corto plazo, que redujo la tasa de interés negociada con los bancos, permitió lograr un ahorro en el gasto de intereses de $475 millones de pesos. Como consecuencia de este manejo de deuda, la relación de gasto por intereses sobre ventas pasó de 7% en 2008 a 6% en 2009.

Por otro lado, gracias a un manejo más eficiente de los recursos financieros por parte de la Tesorería, se obtuvo una reducción en el monto de las comisiones y gastos bancarios de un 9% frente al año 2008 y además se logró mantener un nivel de caja bajo y ajustado a la operación sin presentar excesos de liquidez.

$475

millones de ahorro en gastos por intereses.

Adicionalmente, por medio de un seguimiento estricto al fideicomiso que respalda la deuda de largo plazo y que recibe los recursos de venta de algunas tiendas, se logró reducir la provisión que la Fiduciaria realiza para tal fin, permitiendo liberar recursos por $3.003 millones de pesos que se destinaron a cancelar créditos de corto plazo existentes.

Indicadores Financieros

Las cuentas del balance fueron promediadas con el saldo al 31 de diciembre del 2008.

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

132%

Razón Corriente

Los activos corrientes cubren en 132% los pasivos corrientes.

109%

Prueba Ácida

No tiene en cuenta el saldo de los inventarios en el activo corriente.

$9.757

Capital de Trabajo

Los activos corrientes exceden en $9.751 MM los pasivos corrientes.

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

43%

Endeudamiento Total

El total de los pasivos representan el 43% del total de los activos

56.4%

Endeudamiento a Corto Plazo

La concentración del endeudamiento a corto plazo es del 56.38%

75.6%

Apalancamiento Financiero

El patrimonio de la compañía está comprometido en un 75.6% con los acreedores

Indicadores Financieros

Las cuentas del balance fueron promediadas con el saldo al 31 de diciembre del 2008.

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

41.5 días	75.3 días	4.3 días
Rot. Proveedores Costo de Ventas / Proveedores	**Rot. Inventario** Costo de Ventas / Inventarios	**Rot. Prod. Terminado** Costo de Ventas / Productos terminados
12.6 días	46.4 días	87.9 días
Razón CxC Clientes Ventas / Cuentas por cobrar a Clientes	**Ciclo Efectivo** Ciclo Operacional – Rotación Proveedores	**Ciclo Operacional** Rotación Inventario + Rotación CxC a Clientes

Indicadores Financieros

Las cuentas del balance fueron promediadas con el saldo al 31 de diciembre del 2008.

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

-8.1%

Margen Operacional
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales

-16.3%

Margen Neto
Utilidad Neta / Ingresos Operacionales

-17.8%

ROE
Utilidad Neta / Patrimonio

-5.1%

ROA
Utilidad Operacional / Activos Totales

-17.8%

DUPONT	(Utilidad Neta / Ventas)	-16.3%
	X	
	(Ventas / Activos)	62%
	X	
	(Activos / Patrimonio)	175.6%

Proyecto de Distribución de Utilidades

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.

En el ejercicio del año 2009, el resultado neto fue de **-$12.760 millones de pesos**. En consecuencia no se propone un proyecto de distribución de utilidades.

Tiendas Juan Valdez®

147 Tiendas

en el mundo

$65.000 MM

fueron las ventas de las tiendas en Colombia en el 2009

660 mil libras

de café tostado comercializadas durante el año

$920 MM

de incremento del EBITDA

1 Bolsa de Café

se vende cada 2 minutos en las tiendas de los aeropuertos en EE.UU (2.000 bolsas por semana)

Nuestros productos ...

Todos los artículos y productos que encuentras en las tiendas en Colombia y en el exterior giran en torno al cafetero y su producto, con el fin de darle mayor visibilidad a su café y por esta vía capturar mayores ingresos para mejorar su calidad de vida.

Un año de reajuste del negocio …

Desde el inicio de la operación en el 2002, las tiendas Juan Valdez® Café han tenido una alta tasa de crecimiento, logrando tener en operación 162 tiendas en 5 países, a diciembre de 2008. Para poder continuar con el crecimiento observado en los primeros años, fue necesario hacer un alto en el camino con el fin de reorganizar la operación actual y buscar mayores eficiencias operativas y administrativas. El 2009 dio lugar a un ejercicio introspectivo a través del cual se ha logrado ajustar el modelo de negocio.

Reemplazo de Tiendas

Con el fin de mejorar la rentabilidad del canal, el ejercicio del 2009 dio lugar al cierre de 14 tiendas en Colombia. El cierre de estas tiendas se refleja en el incremento en la utilidad operacional de $350 millones de anuales.

Así mismo, se abrieron 6 tiendas nuevas con los activos pertenecientes a las tiendas cerradas. Las nuevas tiendas en operación prometen ventas de $2,400 millones al año frente a los $1,740 millones que ofrecían las 14 tiendas cerradas. Esto se traduce en un incremento en la utilidad operacional anual de $750 millones.

Optimización de la operación

Durante el 2009 se trabajó en la optimización de la operación de las tiendas.

Los volúmenes de productos comercializados por las tiendas permitieron la renegociación de las materias primas, obteniendo una **reducción marginal del 1.7% en el año.**

Los gastos operacionales también se redujeron a través de un riguroso seguimiento a la operación diaria. Este ejercicio generó un ahorro anual en la operación de $300 millones.

El ajuste realizado durante el año reafirma las bases de una operación con gran potencial de crecimiento.

-1,7% Reducción marginal en costos

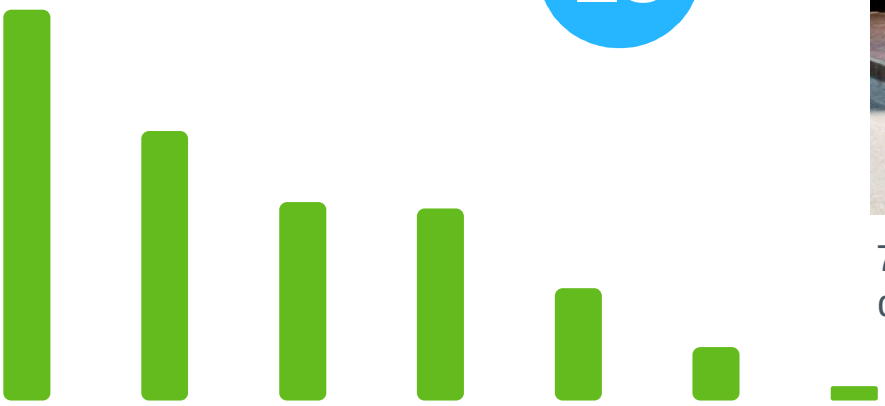
Incremento en ventas por reemplazo de tiendas **$660 MM**

$1.050 MM Incremento en Utilidad Operativa anual por reemplazo de tiendas y ahorros

Actualmente existen en **Colombia 117 tiendas Juan Valdez® Café** en las **18 ciudades principales del país.**

117

18



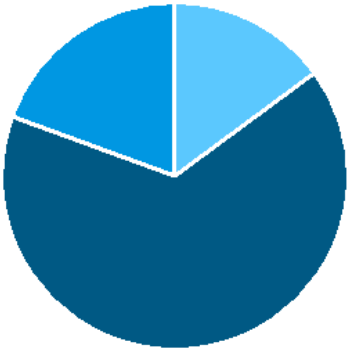
7 formatos de tiendas, desde Express (40m^2) hasta las Terrazas (200m^2)

+650

El canal de tiendas contribuye con **650 empleos directos en Colombia.**

96%

El canal mejoró en 4 puntos (92%-96%) la **calificación de los indicadores de satisfacción al cliente.**



66% Bebidas y Alimentos

19% Artículos de Marca

15% Café Empacado

Las ventas generales de las tiendas crecieron un 10% respecto al 2008; la categoría con mayor crecimiento fue alimentos y bebidas con un 15%

Ventas por Categoría - Tiendas Colombia

El *Capuccino* es la bebida caliente más vendida en las tiendas con una participación del **34%** de la categoría

El *Granizado* es la bebida fría más consumida, con una participación del **33%** de la categoría

Complementando las bebidas a base de café, se ofrece una amplia selección de alimentos dulces y salados. Los alimentos más consumidos en las tiendas son la *Torta de Zanahoria* y el *Croissant de Queso*

Tiendas en el Exterior

10	10	6	4
Ecuador	**Chile**	**USA**	**España**

El ejercicio internacional de tiendas terminó el año con 7 tiendas menos en operación

Grandes Superficies e Institucional

2.370+

presencia en supermercados a nivel global

$11.940 MM

Ventas conjuntas de los canales en el 2009

463 mil libras

de café tostado comercializadas durante el año

717%

Incremento del EBITDA de 2008 a 2009

85%

Participación de la marca dentro del segmento Premium de café tostado y molido en grandes superficies

Portafolio de café tostado …

Nuestro café empacado se cultiva en las mejores tierras productoras de cafés especiales de Colombia. La variedad topográfica colombiana nos permite tener una diversidad de cafés con diferentes perfiles de taza para apelar a los gustos de todos nuestros consumidores

Grandes Superficies

+404
puntos
de venta

13%
crecimiento
ventas

85%
Participación en
supermercados

Grandes superficies en Colombia:

El segmento de grandes superficies en Colombia ha seguido expandiendo su presencia en el los supermercados del país, llegando a 14 nuevos puntos de venta durante el 2009. **Actualmente Juan Valdez® tiene presencia en 404 puntos de las cadenas de supermercados más importantes del país:** Grupo Casino, Carrefour, Olímpica, La 14, Cafam, y Colsubsidio.

Las ventas del canal tuvieron un crecimiento del 13% con respecto al 2008, lo cual permitió alcanzar un EBITDA positivo en el acumulado del año.

Juan Valdez® sigue posicionándose como la marca líder del segmento Premium en el mercado colombiano. Su **participación dentro del segmento en los supermercados** presentó un incremento del 15% durante el 2009, pasando del 70% al 85% de la categoría.

Alianzas estratégicas en los proyectos de valor agregado ...

Una de ellas se hizo con la heladería Popsy® para la elaboración de helados Popsy® - Juan Valdez®, los cuales son vendidos en las tiendas de ambas empresas y en los supermercados.

Nueva máquina de PODS

Alianza con el Grupo SEB, quienes están a cargo de la nueva generación de las máquinas de PODS Juan Valdez®.

En las Grandes superficies a nivel internacional …

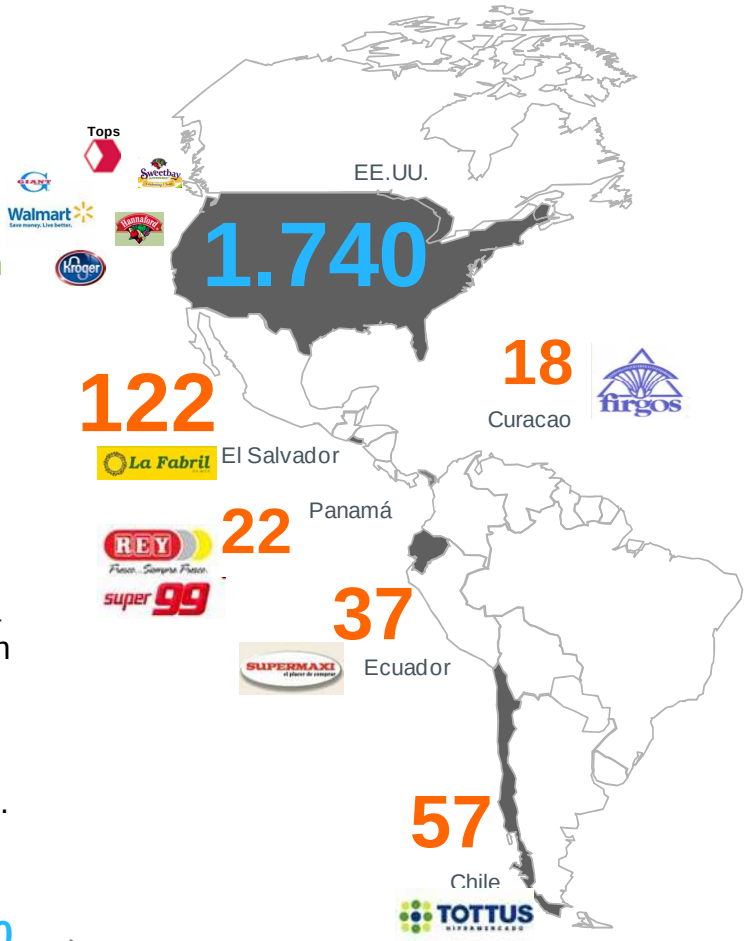
180
Toneladas

$4.400
MM

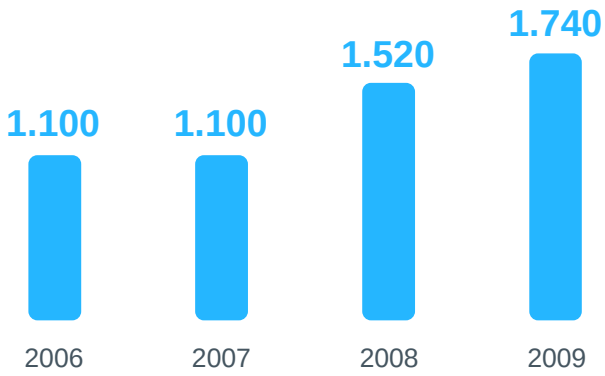
+46%
Crecimiento EBITDA

El canal de grandes superficies en el mercado internacional está en un proceso expansivo desde el 2008. Actualmente opera en EE.UU., El Salvador, Curacao, Ecuador y Chile, con presencia en más de 1.970 puntos de venta. Adicionalmente se realizaron exportaciones de café empacado a España y a la República Popular de China. **En total se exportaron más de 180 toneladas de café en el 2009.**

Las ventas generadas por el canal rondaron los $4.400 millones de pesos durante el 2009, mostrando un decrecimiento del 5% con respecto a los resultados del 2008. Esto se debió principalmente a menores exportaciones a EE.UU. en relación al ejercicio anterior. Sin embargo, **el EBITDA ascendió a más de $930 millones, 46% por encima de los resultados del año anterior** reflejando mayores eficiencias operativas en el canal.



Puntos de Venta en EE.UU.



Actualmente el café Juan Valdez® está presente en las cadenas de supermercados *Walmart*, *Kroger*, *Giant* y *Hannaford*

Nuevas góndolas en el mercado internacional ...

A finales del 2009, se logró cerrar un acuerdo de distribución en **Corea del Sur el cual le permitirá a la marca llegar a 650 supermercados en ese país.**

+650
supermercados

También se han logrado acercamientos importantes con distribuidores locales en Centro América y el Caribe con los cuales se espera lograr una cobertura total de la región.

> Potencial
de crecimiento

El canal de grandes superficies a nivel internacional continúa siendo el de mayor potencial de crecimiento en el corto y mediano plazo, por lo que se seguirá ampliando la presencia de Juan Valdez® a nivel mundial.

Otros momentos de consumo …

El canal institucional, encargado de atender a hoteles, restaurantes y oficinas, también recibió una reestructuración conceptual durante el 2009. Una de las principales acciones llevadas a cabo fue la redefinición de los clientes del canal con el fin de que vayan acorde con la imagen Premium de la marca Juan Valdez®. De esta manera, se redujo el número de clientes del 2008 de 60 a 35 al cierre de 2009.

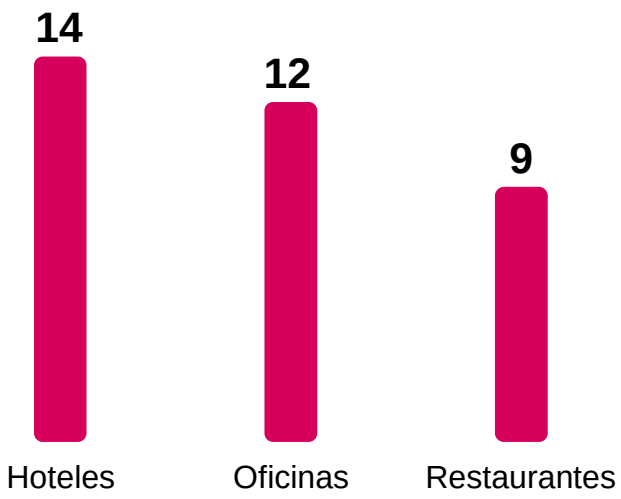
+212

millones

La reducción en el número de clientes se vio reflejada en una reducción del 12% en las ventas del canal. Sin embargo, gracias a una reestructuración administrativa de la operación, se logró generar un **EBITDA positivo para el canal de $212 millones , por encima al obtenido durante el 2008.**

La reestructuración conceptual del canal ayudará al posicionamiento de la marca dentro de su concepto Premium, con lo que se quiere generar un mayor consumo en los demás canales. La integración horizontal de los canales promete sinergias en el futuro de la compañía.

Presencia en hoteles, restaurantes y oficinas en Colombia



Innovación

57

productos nuevos en el 2009

$7.300 MM

Ventas de productos de innovación en el 2009

9.3%

del total de las ventas

Juan Valdez® es mucho más que un café …

Aquí encontrarás todos los productos de la marca: desde un café para tomar por la mañana hasta una gran variedad de artículos portadores de marca que evocan los orígenes cafeteros.

El lanzamiento de los **Productos por Impulso** *Detradición* y las aguas aromáticas Flora Origen generaron **ventas por $1.400 millones** logrando un cumplimiento del 175% frente al presupuesto

$1.400 MM

Durante el 2009 se lanzaron 12 nuevos **Cafés Empacados** generando ventas por más de $291 millones. Se vendieron más de **4.800 unidades de Café de la Reconciliación** y más de **10.000 unidades de Cafés de Edición Especial**

+4.800

+10.000

39%

27

Los productos de merchandising tuvieron un **crecimiento del 39% en ventas**, alcanzando ventas por más de $2.000 millones durante el 2009. Se lanzaron **27 nuevos productos dentro de la categoría** y 6 nuevos *Kits* con café empacado

Durante el 2009 se lanzaron las **Bebidas** H2Origen (agua) y los jugos Ma*K*na, los cuales tuvieron gran acogida en el mercado. Como resultado, la ejecución de ventas de la categoría fue del 142%

49%

Fue el incremento en unidades de jugo vendidas en Bogotá y

51%

en el resto del país

+4 colecciones

2009

- **Mar.** Colección 1959
- **Jun.** Colección Volcán
- **Sep.** Prendas Niños
- **Dic.** Colección Verde

Adicionalmente se lanzaron **4 colecciones nuevas** de **Ropa** durante el año las cuales representaron el 36% de las ventas de ropa en el año

En Juan Valdez® estamos comprometidos con la protección del medio ambiente y creemos que debemos empezar por generar consciencia. Es por eso que con la colección de ropa “Piensa Verde” queremos invitarte a participar activamente en el cuidado de nuestro planeta y a multiplicar el mensaje: cada acción cuenta.

Somos Comercio Justo por Naturaleza ...

Las ventas del café Juan Valdez® benefician a más de 500.000 familias cafeteras. El café que utilizamos en nuestros productos es comprado a un precio superior al del mercado para ofrecer una mayor rentabilidad a los cafeteros de Colombia, y motivarlos a que cultiven granos de mejor calidad.

Beneficios para los Caficultores

Juan Valdez®
CAFÉ PREMIUM COLOMBIANO

En la actualidad, la marca Juan Valdez® cuenta con un valor de marca significativo, que ha permitido día a día seguir creciendo y fortaleciendo su presencia tanto en el mercado nacional como en el internacional. **Los logros obtenidos gracias al posicionamiento y reconocimiento de la marca, han generado beneficios inmediatos para los caficultores.**

Con solo 8 años en el mercado Colombiano, Juan Valdez® ha alcanzado niveles de reconocimiento comparables a marcas masivas y tradicionales, lo que **ha contribuido al reposicionamiento del Café de Colombia en la categoría premium.** Por otro lado, la marca ha dinamizado la demanda por café colombiano a precios superiores en los mercados internacionales, gracias a que con a estrategia de expansión internacional, se tiene presencia en mercados dinámicos y diferenciados en diferentes canales de distribución.

Nuestros reconocimientos

Premio Lápiz de Acero por el diseño de la botella de agua H2Origen y el diseño de la tienda de Manizales El Cable.

Premio EFFIE 2008 a la mejor campaña de publicidad, en la categoría de Responsabilidad Social, por el Café de la Reconciliación 2007.

Primer puesto Mejor propuesta de café-premios La Barra 2007-2008. Fuera de concurso 2009

Alianzas estratégicas con marcas exitosas: Coca Cola, Popsy, Groupe SEB-Samurai.

The Financial Times : **una de las 5 marcas con mayor potencial para adquirir dimensión global.**

Beneficios para los Caficultores

Como dueño de marca el Fondo se ha visto claramente beneficiado de la nueva marca Juan Valdez. Durante el 2009, por concepto de regalías Procafecol junto con sus empresas filiales giró al Fondo Nacional del Café **$4.300 millones** los cuales se reinvierten en proyectos de alto impacto social y económico para las más de 500 mil familias caficultoras del país.

Desde inicio de la operación **las regalías giradas han sido cerca de $14 mil millones.**

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

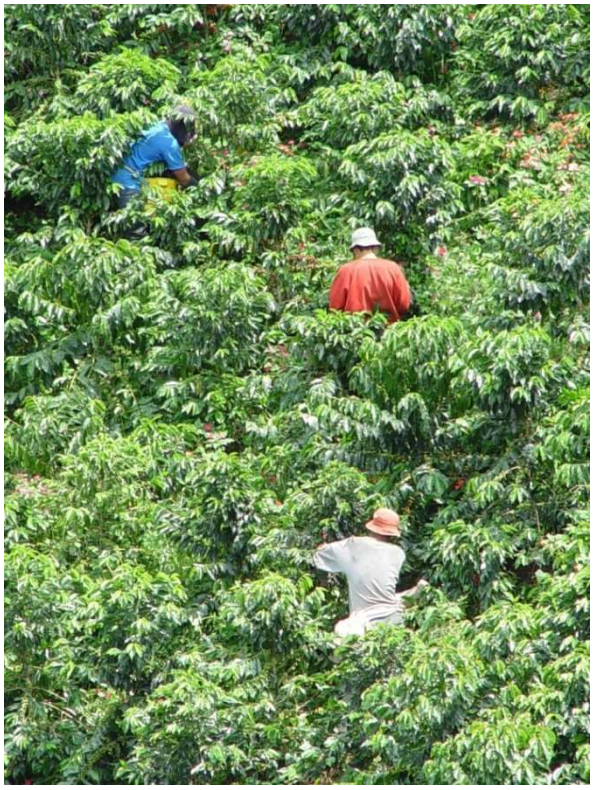
Beneficios para los Caficultores

Juan Valdez ha contribuido al reposicionamiento del Café de Colombia en la categoría premium, lo que se ha traducido en una mayor demanda por cafés especiales a un mayor valor promedio.

Durante el 2009, la compañía adquirió **14.963 sacos de café verde especial** de 60 kg que equivalen a cerca de **89 millones de tazas de café.**

14.963
sacos

89MM
tazas



El crecimiento en las ventas del café Juan Valdez® preparado, en grano o molido, ha permitido mantener un **sobreprecio de 34.01¢ por libra sobre el precio estándar del café que se paga en el país.**

34.01
USD ¢
libra

Beneficios para los Accionistas

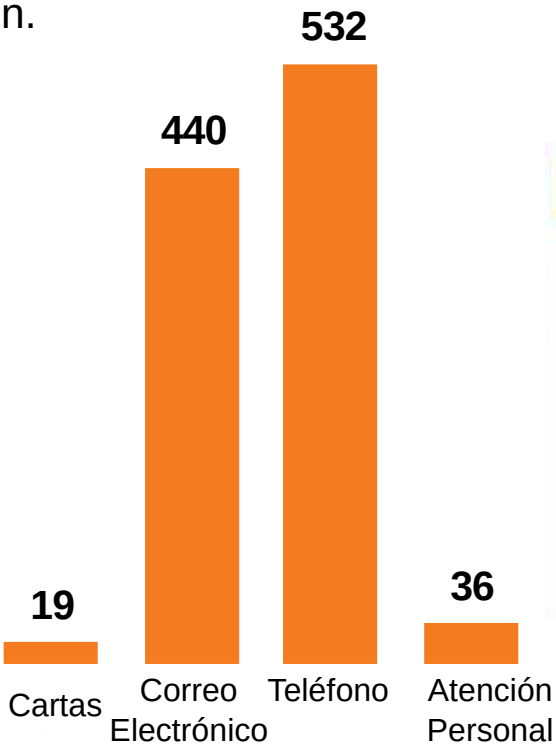
Durante el 2009 se dio inicio a las rondas: *"Procafecol: Una empresa exitosa para los cafeteros, un futuro seguro para los inversionistas“.*

Asistieron más de **1.000 accionistas** a quienes se les presentó la evolución del negocio desde el año 2006, el futuro de la compañía y todo la información relacionada con las acciones preferenciales emitidas por Procafecol de las cuales ellos son dueños.

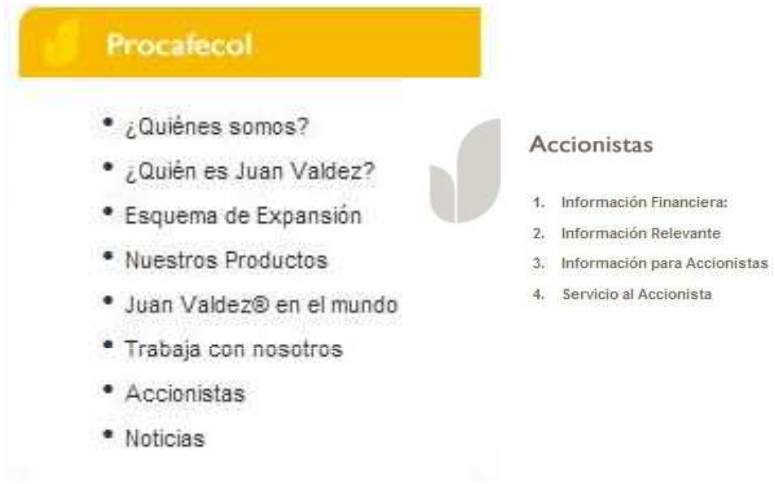
Beneficios para los Accionistas

De la oficina de accionistas

Durante el 2009 la Oficina de Atención al Accionista estuvo en contacto con más de **1.000 accionistas**, a través de los diferentes medios de comunicación que Procafecol cuenta para este fin.



Página Web
www.juanvaldezcafe.com/procafecol/



Se fortaleció la **página web** para que nuestros accionistas encuentran en ella un apoyo y puedan consultar toda la información referente a sus acciones preferenciales.

Línea de Atención al Accionista

La oficina de accionistas cuenta con varios canales disponibles para atender todas sus inquietudes:

Contacto: Laura Briceño Callejas

Teléfonos: 3136600, 3136700, 3269222, Ext. 584

E-mail: acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com
laura.briceno@juanvaldezcafe.com

Pagina web: www.juanvaldezcafe.com/acciones

Calle 73 No. 8 – 13, Piso 3, Torre A
Bogotá D.C

La gente Juan Valdez® …

El inolvidable aroma de una taza de café en las Tiendas Juan Valdez® inevitablemente nos remonta a los cafetales de nuestro hermoso país, donde los caficultores diariamente con sus propias manos recogen grano a grano este producto que ha llevado a nuestra Colombia a ser reconocida como la tierra que tiene el mejor café del mundo, no solo por su origen, sino por la calidad con que se produce. Juan Valdez® representa a los cafeteros del corazón de Colombia, donde el sol y los secretos de la tierra maduran el café a la perfección en lo alto de los Andes.

Es por eso que la gente que integra el grupo de trabajo de las Tiendas Juan Valdez® es muy importante dentro de la cadena productiva y de valor agregado de nuestro café, cadena que va desde la preparación de la tierra, pasando por la siembra y la recolección, terminando en una exquisita taza de café servida con dedicación.

Gestión Logística

Durante el 2009 se consolidó el sistema de pedidos en las tiendas de Colombia con el fin de optimizar los procesos de compras e inventarios. Se canalizaron todos los pedidos de insumos de las tiendas a través de un mismo sistema con el fin de tener mayor control sobre los mismos.
El sistema se complementó con el recetario de los productos ofrecidos en las tiendas, y calcula el nivel óptimo de inventarios de cada uno de los insumos y le sugiere a la tienda cuanto inventario deben solicitar.

Los beneficios de la gestión se reflejan en una reducción del 6% en los inventarios generales de la empresa, y una reducción de más del 97% de los ajustes al costo de ventas por conteo de inventarios.

-97%

-6%

Recursos Humanos

Como parte del programa de responsabilidad social, durante el 2009 Procafecol continuó apoyando a la Fundación Best Buddies, con el programa de inclusión laboral de jóvenes con discapacidad cognitiva

Se completó por primera vez a nivel nacional las sesiones en las cuales RRHH se reunió con todo el personal tanto directo como indirecto de las tiendas, para entender las necesidades de estos ante las diferentes áreas de la compañía. De esta forma, por primera vez en la historia el área de RRHH entró en contacto con el 100% del personal.

24.224 hrs

899 personas

726 puestos

Al cierre de 2009, Procafecol contaba con **726 puestos de trabajo entre la Oficina Central y el personal de tiendas.**

Procafecol en el 2009, siguió con su programa “Plan Padrino”, **capacitando a 899 personas en un total de 24.224 horas**.

Gestión Administrativa

En agosto de 2009 se consolidó la división administrativa como un área transversal de apoyo a la organización. Su propósito es suministrar de manera eficiente los bienes y servicios que garanticen la operación de la empresa. Su operación en los últimos meses del año generó importantes ahorros en sus áreas de alcance.

Nuestro compromiso…

Procafecol S.A., como operadora de las tiendas Juan Valdez® Café está comprometida con el desarrollo social de las familias cafeteras colombianas, a través de procesos participativos y sostenibles en el tiempo.

Perspectivas: Un nuevo plan estratégico … Una mayor claridad sobre el negocio …

Con el fin de generar valor para los accionistas de manera rentable en el tiempo, Procafecol está desarrollando un nuevo plan estratégico, el cual gira en torno a tres pilares:

Nuestra nueva misión

Lograr un modelo de negocio que genere una experiencia relevante y única alrededor del café Premium de los cafeteros Colombianos

1 Esquema de expansión internacional…

Estados Unidos

Tiendas en Aeropuertos:

- Procafecol va a continuar con la estrategia de desarrollo de tiendas de alta visibilidad para seguir desarrollando y posicionando la marca Juan Valdez.
- La apertura de aeropuertos no sólo incrementará la visibilidad de la marca sino también le abrirá la puerta al Café de Colombia a nivel mundial.
- Además se ser un sitio de alta visibilidad es una operación rentable.

Supermercados

- Según los últimos estudios, los Norteamericanos están cambiando sus hábitos de tomar café y están comprando más en supermercados para tomarlo en sus casas. Esto hace de los supermercados un mercado muy atractivo y por eso vamos a atacarlo con una estrategia de segmentación precisa y focalizada.
- Vamos a priorizar los supermercados de acuerdo con el segmento de clientes que se ajusta a las necesidades de nuestros clientes potenciales.

Internet

- Simultáneamente el canal de internet nos permitirá complementar los canales de distribución de aeropuertos y supermercados.
- La estrategia de mercadeo que se está adelantado para este canal se basa, entre otros, el rediseño de la página web, en una optimización de los motores de búsqueda y en campañas publicitarias en medios de comunicación y en las tiendas.

1 Esquema de expansión internacional…

Chile

Crecimiento del número de tiendas

- Se pretende duplicar el número de tiendas en cinco años .

Ecuador

Crecimiento del número de tiendas

- Se pretende duplicar el número de tiendas para el 2011.

Franquicias

El nuevo esquema de expansión a nivel internacional estará basado en un esquema de franquicias. Este modelo cuenta con las siguientes ventajas:

- Permite un fuerte control sobre la marca.
- Retorno sobre la inversión en el corto plazo.
- En el corto plazo, las franquicias estarán concentradas en EE.UU, Canadá ,América Latina y el Caribe y Kioskos en Colombia

2 Creación de una experiencia única basada en calidad y servicio …

Adaptación de portafolio

Tiendas actuales Juan Valdez® Café con adaptaciones de portafolio y un mayor enfoque hacia el servicio al cliente

Estrategia de marca

Reforzar la estrategia de marca actual para diferenciarnos por nuestro café Premium

Educación del consumidor

Convertir la experiencia en una oportunidad de educación del consumidor

3 Incrementar la rentabilidad de la operación y generar valor …

Innovación

Seguir innovando el portafolio de productos y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes finales por líneas de negocio, teniendo en cuenta las tendencias innovadoras del mercado.

Cultura de alto desempeño

La creación de una cultura de alto desempeño orientada al servicio nos obliga a capacitar continuamente a los colaboradores de Procafecol y alinear a toda la compañía en torno a indicadores de gestión.

Informe Especial:

Relación económica entre Procafecol S.A y su entidad controlante, así como 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 1.294.90 acciones ordinarias de la Sociedad, por parte de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Adicionalmente, durante el año 2009 la Federación realizó la compra de acciones preferenciales a caficultores por un total de 422.672 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 467.816 acciones preferenciales sin derecho a voto para un total de 13.862.246 acciones, equivalentes a una participación porcentual del 78,82% en el capital de la Sociedad.

Operaciones entre Procafecol y sus sociedades controladas

NFCGC Invesments 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 realizararían 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.

Resultados económicos de las Sociedades

Cuentas por Cobrar: Vinculados Económicos

	2009	2008
Cafescol Tiendas SL (1)	$ -	$ -
Coffea Arabicas Beverages S.A. (1)	-	402.546
Pod Col Coffee Ltda.	94.826	12.149
Promotora Chilena de Café Colombia	-	1.879
Federación Nacional de Cafeteros	7.071	4.139
NFCGC Investments Inc. (2)	73.622.564	66.018.305
Ajuste Moneda	71.260	334.503
Total	$ 73.795.721	$ 66.773.521
Menos porción corto plazo	28.892.254	13.749.167
Total largo plazo	$ 44.903.467	$ 53.024.354
Cuentas por pagar a vinculados: (Nota 12)		
Federación Nacional de Cafeteros	$ 15.546	$ -
Coffea Arabicas Beverages S.A.	119.041	-
Pod Col Coffee Ltda.	1.028.083	-
NFCGC	-	219.723
Total	$ 1.162.670	$ 219.723

(1) Para 2008 corresponde a préstamos de corto plazo pactados a una tasa DTF + 2 TA., de los cuales $350.170 corresponden a capital y $52.376 a intereses.

(2) A 31 de diciembre de 2009 y 31 de diciembre de 2008 Procafecol ha desembolsado préstamos a NFCGC Invesments Inc. Por cuantía de $60.568.008 y $54.821.101 respectivamente y se han causado intereses por cuantías de $10.337.375 y $8.498.187 respectivamente. La tasa de interés pactada es LIBOR más 1.5%. La duración de los mismos es 5 años y sus fechas de vencimiento son desde agosto de 2009 hasta diciembre de 2012, con capital e intereses pagaderos a su vencimiento. También incluye para 2008 $2.099.017 correspondientes a venta de productos y servicios.

Informe Especial

Resultados económicos de las Sociedades

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

CAB S.A

		2009		2008
Activo	$	748.018	$	840.096
Pasivo	$	83.006	$	740.493
Patrimonio	$	665.012	$	99.603
Resultado	$	(147.734)	$	(168.916)

PCC LTDA

		2009		2008
Activo	$	1.873.742	$	1.470.331
Pasivo	$	327.975	$	202.767
Patrimonio	$	1.545.767	$	1.267.564
Resultado	$	244.117	$	314.070

NFCGC

		2009		2008
Activo	$	7.604.556	$	18.668.900
Pasivo	$	74.997.858	$	70.192.250
Patrimonio	$	(67.393.302)	$	(51.553.350)
Resultado	$	(22.792.285)	$	(6.194.541)

Informe Especial

Resultados económicos de las Sociedades

La compañía celebró algunas transacciones con viculados económicos

Préstamos a Filiales	2009	2008
NFCGC Investments INC.	$ 5.746.907	$ 7.564.400
Cafescol Tiendas S.L.	-	-
Coffea Arabicas Beverages S.A.	-	-

Intereses sobre préstamos a:	2009	2008
NFCGC Investments INC.	$ 1.782.762	$ 2.601.303
Cafescol Tiendas S.L.	-	-
Coffea Arabicas Beverages S.A.	19.796	40.590

Venta de Café y Servicios:	2009	2008
NFCGC Investments INC.	$ 2.528.356	$ 4.135.337

Venta de Materias Primas:	2009	2008
Pod Col Coffee Ltda.	$ 132.707	$ 190.325

Compra de Bebidas y Materiales:	2009	2008
Coffea Arabicas Beverages S.A.	$ 105.814	$ 138.491
Pod Col Coffee Ltda.	577.719	703.715

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%	25%	77.48%	20%	99.9%	20%	35%
NFCGC Invesments Inc.	Cafescol Tiendas S.L.	Coffea Arabicas Beverages S.A.	Coffeecol INC. .	Pod Col Coffee Ltda.	Promotora Ecuador S.A.	Promotora Chile S.A.

Juan Valdez Cafe