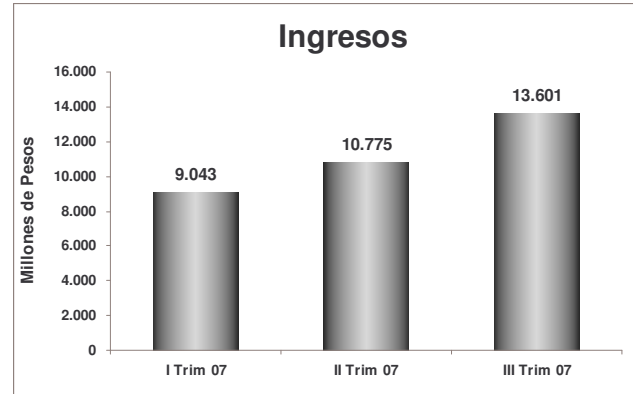
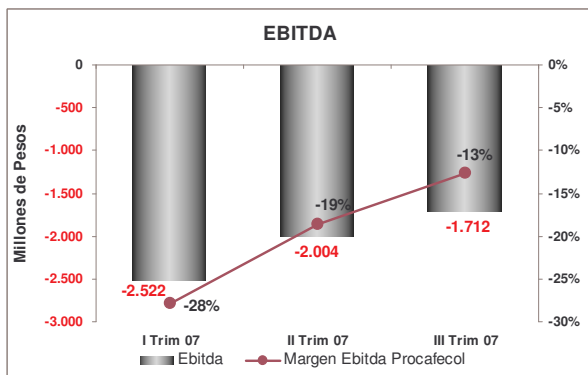


## El Buen Desempeño de Procafecol en el Tercer Trimestre del Año

### Las ventas del tercer trimestre aumentaron en 109% respecto al mismo trimestre del año anterior

Procafecol desde el segundo trimestre de 2006, cuenta con tres canales de distribución de los cuales provienen sus ingresos operacionales: Tiendas, Institucional y Grandes Superficies. El buen desempeño y consolidación de estos tres canales ha permitido que las ventas en el tercer trimestre de 2007 presenten un crecimiento de 109% respecto al mismo trimestre del año inmediatamente anterior.

De otro lado, el margen bruto se estabilizó entre el 50% y el 52% de los ingresos y se espera alcanzar mayores eficiencias. Paralelamente, los gastos de administración se diluyen con respecto a las ventas hasta alcanzar un nivel de 23% de los ingresos. El margen de EBITDA (Corresponde a las siglas en inglés de *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortizations*, que significa Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones) sigue su tendencia positiva, evidenciando que se ha entrado en una senda de recuperación y a percibir las ventajas de las economías de escala.



### Canal de Tiendas

En lo corrido del año se han abierto 39 tiendas, para un total de 86 tiendas en operación al corte de septiembre, de las cuales 15 corresponden al tercer trimestre es decir, más de una apertura por semana.

En general, el aumento en la velocidad promedio de aperturas adoptada ha permitido un incremento de la red de tiendas en 219% respecto al 2006.

### Canal Institucional

Al cierre del tercer trimestre y tras un año de operación en Colombia, el canal institucional, es decir, la venta de Café Juan Valdez® en restaurantes, hoteles y cafeterías (HoReCa), ha logrado consolidar un total de 222 puntos de venta. Al iniciar la operación del canal, el 30% de los clientes no tenían negocios de café establecidos y más de un 60% de ellos regalaban la bebida. Hoy en día, los clientes, en diversas tipologías de HoReCa, han reportado aumentos de sus ventas de bebidas entre 70% y 1000%.

En la actualidad, son clientes de Juan Valdez reconocidos hoteles como el

Hilton, Radisson, Sheraton y cadenas de restaurantes como Archie's, Tony Roma's y Friday's, entre otros. Esto permite evidenciar la rápida evolución del canal y que Juan Valdez se reconozca en estos establecimientos como la marca con la propuesta de valor líder en el país.

Dados los buenos resultados a nivel nacional, el modelo de negocio del canal institucional ya está estructurado para migrarse a los mercados internacionales, inicialmente América Latina.

### **Juan Valdez® en las principales empresas del país**

Por otro lado, durante este trimestre Juan Valdez® entró a las principales empresas del país, consolidando el segmento empresarial y ganando las principales cuentas de multinacionales y compañías líderes del país.

importantes en el mercado nacional pasando de una participación inicial de 2.9% en el mercado de café tostado en Noviembre de 2006 a 5.1% al cierre del tercer trimestre del año en curso.

Este canal ha adelantado diversas actividades de mercadeo en varios países que están dinamizando las ventas y por tanto, posicionado favorablemente a la marca frente a nuestros clientes. Por ejemplo, en México se han logrado 50 puntos de venta y se concretó la maquila de la marca privada de Sam's para su café tostado y molido Member's Mark. También se incursionó en Panamá con café tostado y molido, liofilizado y dulces en mas de 50 supermercados y en El Salvador se comenzó la comercialización del café liofilizado Buendía by Juan Valdez en 80 puntos de venta. Por otro lado, en EEUU se ha logrado entrar en 780 almacenes Wal-Mart.



### **Canal de Grandes Superficies**

En cuanto al canal de grandes superficies, aquel que permite encontrar a Juan Valdez® en los supermercados, desde su lanzamiento en Colombia en septiembre de 2006, ha ganado espacios





## **Alianza Estratégica del Café Juan Valdez® en España**

Bajo el marco de internacionalización de Procafecol que contempla desplegar esquemas de asociación con terceros para apoyar el crecimiento en otros países, al cierre de este trimestre, firmó un acuerdo de asociación entre el grupo español Casual Brands Group (CBG), que actualmente maneja la cadena DELINA'S®, y la Holding de proyecto de valor agregado de la Federación Nacional de Cafeteros. Esta alianza tiene por objetivo el desarrollo integral del negocio en España a través de los tres canales comerciales: tiendas, grandes superficies, e institucional.

El plan de negocios del proyecto presupuesta la apertura de 39 tiendas en Madrid, Barcelona y Valencia, que junto con las dos tiendas abiertas por Procafecol en Madrid el año pasado, completan 41 tiendas operando para el año 2010.



## **Un buen trimestre**

Los resultados del tercer trimestre, muestran que Procafecol cuenta con un alto potencial de crecimiento a nivel nacional e internacional. Como reflejo de ello, el notable incremento en el volumen de ventas y el reconocimiento de la marca como líder en Colombia.

Se seguirá buscando el crecimiento de las ventas de manera rentable, la internacionalización de la compañía y asegurar una eficiencia operacional para beneficiar a los caficultores con los proyectos de valor agregado adelantados por la compañía.

## **DE LA OFICINA DE ACCIONISTAS**

En la Oficina de Accionistas atendemos todos sus trámites correspondientes a:

- Actualización de datos
- Sucesiones o herencias
- Consultas sobre la emisión de acciones

**Contáctenos en**

**Procafécol S.A.**

**Oficina de Accionistas**

Calle 73 Nro. 8 – 13 Torre A Piso 3  
Teléfono (1) 313 6600 / 313 6700 Ext.  
584  
Bogotá D.C.

[www.juanvaldezcafe.com](http://www.juanvaldezcafe.com)  
[maria.rey@cafedecolombia.com](mailto:maria.rey@cafedecolombia.com)

O por intermedio de los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros, quienes nos harán llegar sus inquietudes.