

Promotora de Café Colombia S.A.

“Holding proyectos de valor agregado”

Informe Anual 2007

**Estados Financieros por los Años Terminados
al 31 de Diciembre de 2007 y 2006**

PROCAFE_{og}

INFORME DE GESTION 2007

1. PROCAFECOL S.A

Durante el año 2007, Procafecol, la organización que agrupa los proyectos de valor agregado de la Federación Nacional de Cafeteros, continuó ejecutando su estrategia comercial enfocada en ofrecer la experiencia del café de Colombia en todas las ocasiones de consumo y a todos los consumidores del mundo. Adicionalmente, se fortaleció la estructura multicanal, multiproducto y multinacional de la empresa para poder cumplir con dicha estrategia.

Procafecol consolidó la operación local con el ánimo de probar su modelo de negocio y adquirir la experiencia y destreza necesaria para replicarlo a nivel internacional. De esta manera, la compañía puso a prueba sus diferentes formatos de tiendas, extendió la cobertura de ventas del café molido y tostado Juan Valdez® a través de las más importantes cadenas de supermercados e hizo presencia en diversos puntos HoReCa (hoteles, restaurantes y cafeterías) y oficinas.

Igualmente, con una actitud prudente dado los desarrollos observados en algunos de los principales actores del mundo de la comercialización de café en los mercados de los países desarrollados, Procafecol ha continuado su expansión internacional llegando a nuevos mercados, ampliando su presencia en Estados Unidos y España, e identificando nuevas jurisdicciones para desarrollar una presencia importante a lo largo del 2008. El año que termina representó el punto de quiebre entre la fase de aprendizaje y experimentación, que corresponde a una empresa nueva, para dar inicio a una fase de expansión y consolidación con presencia cada vez más global.

1.1 Productos de café Juan Valdez®

El portafolio de cafés ha evolucionado para incluir nuevas presentaciones (como el café soluble) y líneas (como los cafés sostenibles):

Actualmente tres productos conforman la línea de **Cafés Sostenibles**:

- **Café del Bosque:** certificado por el Sello Internacional Rainforest Alliance y su representante en Colombia, la Fundación Natura. Es cultivado por familias cafeteras que dedican especial atención a la preservación de varias especies vegetales y animales y a la conservación de aguas naturales. La Fundación Natura realiza anualmente auditorias en las fincas, para constatar que se cumplen los procesos exigidos por Rainforest Alliance.
- **Café Orgánico:** cultivado y producido sin insumos químicos y certificados por diferentes organismos internacionales, tales como BCS- instituto independiente que otorga las acreditaciones más importantes a nivel mundial y ayuda a fomentar la agricultura ecológica - y

el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) que certifica el cumplimiento de los estándares establecidos.

- **Café de la Finca:** un excelente café cultivado por caficultores que conocen y aplican los principios sociales, económicos y ambientales avalados por el sello internacional UTZ. Su nombre es un reconocimiento a las fincas cafeteras que cumplen con las exigencias de este sello internacional.



Aprovechando que dentro de la categoría de café soluble no existe una fuerte diferenciación de los cafés premium, Procafécol lanzó al mercado el **café liofilizado Juan Valdez®**, elaborado con 100% café excelso, lo que permite un producto de calidad superior.

2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CAFÉ JUAN VALDEZ®

2.1 Canal de grandes superficies

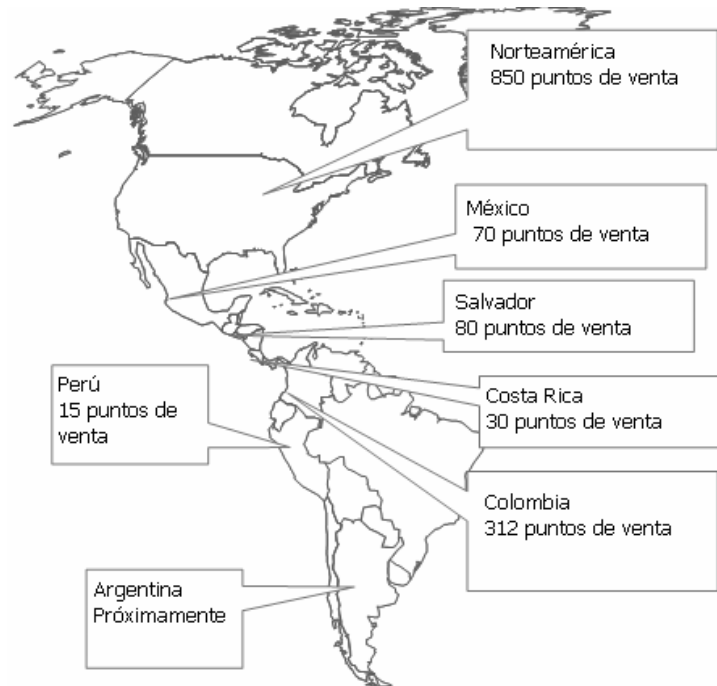
En el 2007 se generaron espacios importantes en el mercado nacional después de incursionar con los productos de café marca Juan Valdez® en las grandes superficies. El café se comercializa en cerca de 312 puntos de venta en las principales ciudades del país como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira y Pasto entre otras. A nivel internacional, se ingresó a nuevos mercados como México, Costa Rica, El Salvador, Panamá y para el 2008 se espera llegar a Chile, Ecuador, Perú, y Argentina.

2.1.2 Programa de internacionalización en el continente americano

- **Costa Rica:** A partir de abril, Procafécol puso a disposición de todos los costarricenses el café tostado y molido Juan Valdez®. El lanzamiento se realizó en más de 30 puntos de venta de los almacenes Automercados, Megasuper (de la cadena colombiana Olímpica), los Wal-Mart y los Perimercados. Los cafés Juan Valdez® estarán inicialmente en los puntos de venta que manejan nichos especializados.
- **México:** Como resultado del programa de internacionalización se concretó la negociación con la cadena Wal-Mart de México, compañía que cuenta con el 65% del mercado minorista

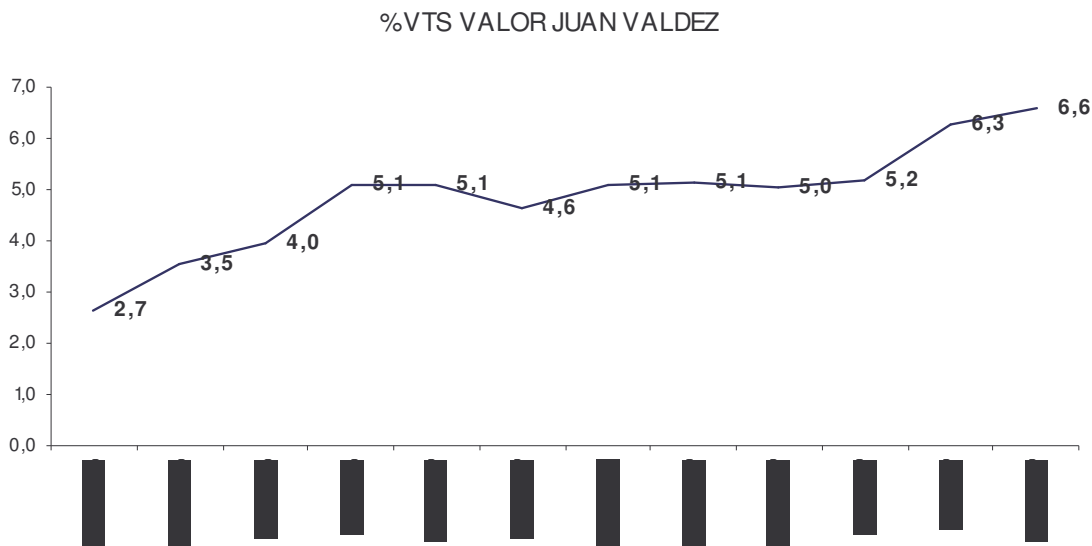
de ese país. El café Juan Valdez® se venderá inicialmente en 70 puntos que cumplen con el perfil de consumidor que hace parte del segmento objetivo. El objetivo de Procafecol para el 2008, es llevar el café Juan Valdez® a otras cadenas de supermercados y penetrar ese mercado con café liofilizado y dulces de café.

- **El Salvador:** En septiembre, se dio inicio a la comercialización del portafolio de café liofilizado Buendía by Juan Valdez® en el Salvador en las diferentes presentaciones saborizadas (caramelo, vainilla y amaretto), regular, descafeinado y orgánico, en 80 puntos de venta.. El portafolio de café liofilizado está presente en las principales cadenas del país entre las cuales se destacan Wal-Mart, Súper Selectos, e Hipermercados Europa.
- **Estados Unidos:** Desde octubre, la cadena Wal-Mart vende café liofilizado Buendía by Juan Valdez® regular y descafeinado en más de 850 puntos de venta en los Estados Unidos. Estos nuevos productos ampliaron el portafolio de Procafecol en la cadena de supermercados más grande del mundo.
- **Panamá:** Desde noviembre, los miles de panameños que son amantes de los cafés de alta calidad y los millones de turistas que visitan ese país cada año tendrán una nueva opción: los cafés tostados y molidos marca Juan Valdez. La distribución la hace la compañía Calox Panameña y Gold Mills, que firmó un convenio con Procafecol. Aunque el potencial de grandes supermercados es cercano a 200 en ese país, los cafés estarán inicialmente en 60 que manejan nichos de cafés de alta calidad.
- **Otros:** Igualmente, en el 2007 se dio inicio a negociaciones con cadenas de supermercados en Perú y Argentina para comercializar a partir del 2008 los productos de café Juan Valdez® en sus puntos de venta.



2.1.3 Café Juan Valdez® ganando espacios en el mercado nacional

La introducción de las seis referencias de café Juan Valdez® – Macizo, Pico, Cumbre, Volcán, Colina y Ladera – en las grandes superficies en Colombia les dio a los consumidores la oportunidad de encontrar en los supermercados una variedad amplia de cafés de alta calidad con diferentes perfiles de taza. La marca Juan Valdez® incrementó de forma importante su participación de mercado en las grandes superficies conquistando el 6.6% del valor total de la categoría, casi el doble respecto al año anterior.



2.2 Canal Institucional

Siguiendo con el plan de expansión y fortalecimiento del canal institucional a nivel nacional, durante el 2007 se concretaron varias alianzas estratégicas con cadenas de hoteles, restaurantes, oficinas y aerolíneas para llevar el café Juan Valdez® a todos los consumidores. Con solo un año de operación del canal, se logró estructurar un modelo de servicio específico para todas las tipologías de clientes del canal con éxito, definiéndose así, los modelos de negocio para HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías), servicios de café para terceros, máquinas dispensadoras y servicio de café en oficinas.

2.2.1 Juan Valdez® en restaurantes, hoteles y oficinas en Colombia (HoReCa)

De los 1.399 restaurantes y hoteles en Colombia, el café Juan Valdez® ha penetrado el 22%, al estar presente en 309 hoteles, restaurantes y cafeterías. El 70% de éstos no manejaban cafés premium y más de la mitad regalaban la bebida. Así mismo, Juan Valdez® es la primera marca premium en llegar a las oficinas, que se estima reúne el 40% del consumo de café en canal institucional en Colombia. Hoy Juan Valdez® está presente en cerca de 55 empresas del país, a través de máquinas dispensadoras de café.

Durante el 2007, la unidad de negocios institucionales fortaleció su presencia nacional con la firma de varias alianzas estratégicas con importantes clientes. Se firmó con GHL, una de las cadenas hoteleras más importantes de Colombia, un plan de distribución que comenzó con los hoteles Four Points Sheraton Bogotá, Four Points Sheraton Medellín y Hotel Capital en Bogotá.



Desde junio se inició la venta de PODS Juan Valdez® en la cadena de hamburguesas más grande de Colombia, Hamburguesas El Corral. Durante el primer mes se reportaron ventas de 35.000 unidades, cifra que evidencia la positiva acogida del café Juan Valdez®.

Para garantizar la óptima calidad de las preparaciones del café en el canal institucional, Procafecol ha entrenado hasta el momento a 1.647 personas en cultura de café, valoración de la calidad, diferentes preparaciones con cafés Juan Valdez® y conocimiento de la marca.

2.2.2 Café de Colombia en aire y tierra: Los viajeros de Avianca toman café Juan Valdez®

Avianca y Juan Valdez®, reconocidos símbolos nacionales, se unieron para brindar el mejor café del mundo a los viajeros de la aerolínea bandera del país. Avianca ofrece café Juan Valdez® en sus salas VIP del país y en todos sus vuelos nacionales e internacionales, siendo la primera marca premium en incursionar exitosamente en servicios masivos de café en sitios remotos. Durante 2007, se sirvieron más de 4 millones de tazas de café a bordo y cerca de 316 mil tazas en salas VIP, para un total aproximado de 5 millones de tazas de café de 4 onzas.



Para garantizar que el café preparado en las salas VIP y a bordo, tenga las mismas características del que se ofrece en las tiendas Juan Valdez®, Procafecol adelantó un detallado estudio y diseñó una almohadilla, conocida como PAD, que tiene la medida perfecta para preparar un excelente café utilizando las cafeteras instaladas en las aeronaves. Adicionalmente, el personal de tierra y aire de Avianca fue capacitado para el correcto procesamiento de la bebida.

2.3 Canal de Tiendas de Café Juan Valdez®

La unidad de negocios de tiendas de Café Juan Valdez® durante el año 2007 consolidó su presencia en Colombia, Estados Unidos y España.

2.3.1 Avance positivo de la expansión en Colombia

Las tiendas Juan Valdez® lograron el 100% de la expansión planeada a nivel nacional, abriendo en promedio una tienda por semana.



Al finalizar el año 2007 se completaron 100 tiendas en todo el país, se incursionó en nuevas ciudades como Popayán, Cúcuta y Barranquilla, se reforzó presencia en la Costa Atlántica y se fortaleció la operación en Bogotá. Esta expansión agresiva demuestra la capacidad que ha adquirido la compañía para su crecimiento. Actualmente las tiendas Juan Valdez® se encuentran en las principales ciudades del país: Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Manizales Medellín, Neiva, Pasto, Pereira, y Santa Marta con lo que Procafécol se consolida en Colombia y proyecta su capacidad de

crecimiento a nivel internacional.

2.3.2 Implementación del nuevo modelo de negocio

En el primer trimestre del año se completó la implementación del nuevo modelo de negocio que busca conectar a los clientes con los orígenes de la caficultura colombiana y transmitir a través de la experiencia en las tiendas Juan Valdez®. El nuevo modelo abarca un ambiente cálido y acogedor con nuevos materiales autóctonos, un amplio y renovado portafolio de productos y un mejor servicio a los consumidores.

Para hacer seguimiento al concepto integral de la experiencia Juan Valdez®, se desarrolló una unidad de medida denominada PAS (Producto-Ambiente-Servicio), que evalúa conceptos como calidad, presentación, limpieza, infraestructura, exactitud, rapidez y amabilidad a través de visitas periódicas de clientes incógnitos, evaluaciones de calidad y reportes de clientes.



2.3.3 Campaña de PODS

Con la campaña, “Prueba, conoce y disfruta las diferentes variedades de café”, se lanzaron los nuevos PODS Juan

Valdez® ®, ofreciendo a los clientes la oportunidad de probar diferentes variedades de tomar café.

Los PODS son almohadillas de café molido de presentación individual que contienen la cantidad exacta para preparar una taza de café. Estos permiten degustar las diferentes variedades con la frescura del café recién hecho. Todos los cafés: Macizo, Pico, Cumbre (normal y descafeinado), Volcán (normal y descafeinado), Colina y Ladera se pueden degustar en esta novedosa presentación.

2.3.4 Nuevos Formatos de Tiendas

En la celebración de los 80 años de la Federación Nacional de Cafeteros en Medellín, se inauguró la Tienda Móvil que permite brindar a nuestros clientes toda la variedad de productos (alimentos, bebidas y artículos de mercadeo) y al área de mercadeo la posibilidad de llevar a grandes eventos nuestro portafolio completo.



También se inauguró en Cali el nuevo formato Boutique, en el cual los clientes pueden encontrar exclusivamente todas las prendas Juan Valdez®. Viendo su gran acogida, se abrió la segunda Boutique en Medellín, junto al Café Juan Valdez® del Parque Lleras.

Igualmente, se inauguró en el Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara de Bogotá el nuevo formato Intemperie Express, el cual permite ubicar tiendas en espacios abiertos, sin necesidad de un local.

2.3.5 Tiendas a Nivel Internacional

Durante el año 2007, Procafécol logró avances importantes con socios estratégicos para llevar Juan Valdez® ® Café a Chile. Se adelantó la implementación del concepto integral de la red Juan Valdez® Café y sus tres canales de distribución: tiendas de café, grandes superficies e institucional. Así, se creó Procafécol-Chile, que consolida y formaliza la asociación entre Procafécol y Falabella, y será el vehículo legal a través del cual se pondrán en operación las 21 tiendas en los próximos 3 años en las zonas urbanas de Santiago, Valparaíso y Viña del Mar.

2.3.5.1 Desarrollo del territorio español: Acuerdo entre Procafécol y CBG

Bajo el marco de internacionalización de Procafecol que contempla desplegar esquemas de asociación con terceros para apoyar el crecimiento en otros países, en el 2007 se firmó un acuerdo de asociación entre Procafecol y el grupo español Casual Brands Group (CBG), que actualmente maneja la cadena DELINA'S®. Esta alianza tiene por objeto el desarrollo integral del negocio en España a través de nuestros tres canales de distribución.

El plan de negocios del proyecto propone la apertura de 39 tiendas en Madrid, Barcelona y Valencia, que sumadas a las dos tiendas abiertas por Procafecol en Madrid en 2006, completan 41 tiendas que estarán operando en el año 2010.

2.3.5.2 Tiendas Juan Valdez® en Estados Unidos

Bajo un esquema de socio de riesgo compartido o “joint-venture”, en el 2007 se consolidó la alianza con Newslink y se llevó a cabo la apertura de la primera tienda en el aeropuerto JFK de Nueva York, uno de los de mayor tráfico aéreo de los Estados Unidos.

Se iniciaron remodelaciones en infraestructura y ambiente a las tiendas en Estados Unidos, para que éstas sean un lugar único para degustar el mejor café de Colombia y encontrarse con las raíces de la caficultura colombiana. Así, se garantizará la homogeneidad de la experiencia a nivel nacional e internacional. El nuevo ambiente de las tiendas involucra la combinación de materiales naturales, además de fotografías cafeteras que logran un ambiente cálido y acogedor.

La operación de tiendas Juan Valdez® en Estados Unidos busca conformar un frente compacto en la costa noreste, donde actualmente hay cafés en funcionamiento. Para apoyar la expansión, se busca desarrollar pilotos de nuevos formatos y ubicaciones en espacios como centros comerciales, estaciones de metro, y lobbies de edificios para alcanzar 35 tiendas en los próximos 3 años.



3. CAPITALIZACIONES Y OTRAS INVERSIONES EN EMPRESAS CON VALOR AGREGADO

3.1 Emisión de acciones: Democratización Accionaria Rural

Los caficultores colombianos no solamente son dueños de Procafécol a través de su gremio, la Federación Nacional de Cafeteros, sino directamente a través de una emisión de acciones democrática. La emisión de acciones preferenciales es un ejemplo de democratización de la propiedad privada y un gran paso adelante en el esfuerzo de crear un país de propietarios.

La emisión de acciones contempló un paquete de dos millones de acciones preferenciales, cada una por un valor de 10,000 pesos, ofrecidas directamente a los caficultores por intermedio de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros y los 350 Comités Municipales de Cafeteros.



A su cierre, en enero de 2007, la venta del primer paquete de acciones de Procafécol S.A. alcanzó 22,568 accionistas caficultores quienes invirtieron cerca de \$19,523 millones. Actualmente, los accionistas preferenciales son dueños del 15,12% del grupo empresarial, posicionando a Procafécol como una de las empresas con mayor cantidad de accionistas en Colombia, después de ISA, Acerías

Paz del Río y ECOPETROL.

En el corto plazo, Procafecol va a continuar con su proceso de democratización accionaria realizando una segunda emisión de acciones dirigida en primera instancia a los caficultores colombianos y a las instituciones vinculadas al sector cafetero.

3.2 La Federación Nacional de Cafeteros capitalizó a Procafecol

Para cumplir con el proceso de expansión agresiva en el territorio colombiano, Procafecol S.A. demandó recursos de capital durante el 2007. Es así como la Federación Nacional de Cafeteros, como muestra de compromiso y apoyo, comprometió recursos de 15.000 millones de pesos para el 2008. Estos nuevos recursos permitirán seguir con el ritmo de expansión nacional e impulsar la expansión internacional, al mismo tiempo que demuestran el voto de confianza al modelo de negocios que ha propuesto la compañía para su futuro.

3.3 La Corporación Financiera Internacional (IFC) en proceso de vinculación a Procafecol

La Corporación Financiera Internacional, IFC por su sigla en inglés, decidió invertir 20 millones de dólares en acciones, distribuidos en dos desembolsos, el primero por 12 millones de dólares, y el segundo, por 8 millones de dólares.

Para Procafecol el ingreso de la IFC como accionista representa no sólo una importante inversión sino un soporte que confirma la seriedad y el alcance de los proyectos de valor agregado.

3.4 Procafecol adquiere el 20% de Coffeecol

En diciembre, Procafecol S.A. adquirió el 20% de Coffeecol, compañía que desde hace 20 años comercializa productos preparados a base de 100% Café Colombiano. La oficina principal de esta compañía está en el estado de la Florida, USA.

Coffeecol ha desarrollado la fórmula de extracto de café estabilizado, que tiene una duración de un mes después de abierto a temperatura ambiente. Este desarrollo está patentado y es único en el mundo. Coffeecol firmó este año un acuerdo con Coca-Cola para producir y comercializar el extracto de café que será dispensado en la red de restaurantes atendida por esta compañía en Estados Unidos.

4. PERSPECTIVAS

Como parte integral de la estrategia de crecimiento vía internacionalización y con el objeto de minimizar riesgos en la toma de decisiones y acertar en la escogencia de países y socios, Procafecol

ha desarrollado una metodología para incursionar en nuevos mercados. Esta consiste en hacer un análisis detallado del país que se piensa explorar en aspectos relacionados con el tamaño del mercado, el grado de competencia, el consumo per cápita de café y el reconocimiento de la marcas Juan Valdez® y Café de Colombia. Después de una preselección con los criterios anteriormente mencionados, a través de esquemas de asociación con terceros, se buscan socios que cumplan con requisitos claves para el desarrollo del negocio, tales como: ser operadores originarios del país (actores locales), contar con una buena red de contactos y tener disponibilidad de recursos de capital que garanticen alcanzar una masa crítica de tiendas en un periodo de 3 a 4 años y desarrollar los canales de grandes superficies e institucional.

5. BENEFICIOS A LOS CAFICULTORES COLOMBIANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Procafecol S.A., como operadora de las tiendas Juan Valdez® está comprometida con las causas de carácter social, que beneficien a las familias cafeteras, a través de procesos participativos y con sostenibilidad en el tiempo. En Colombia son más de 500.000 familias que dependen directamente de la producción de café y es a ellos a quienes las tiendas Juan Valdez® quieren ofrecer, primero, excelentes precios por su producto y segundo, la posibilidad de que más personas los conozcan como los productores del mejor café del mundo.

De estas familias cafeteras, 22.568 se hicieron socias de Procafecol, a través de una democratización que marcó un hito sin precedentes en la historia cafetera mundial y les permitirá recibir beneficios de un negocio que se presumía exclusivo de las grandes multinacionales del café.

5.1 Contribución al caficultor y al Fondo Nacional del Café

Durante el año 2007 Procafecol adquirió un total de 12.486 sacos de café verde todos de categoría especial, equivalente a 874,02 toneladas lo que representa en promedio un poco más de 86 millones de tazas de café. El crecimiento en las ventas de café preparado y en grano o molido para llevar a casa marca Juan Valdez® ha permitido mantener un importante sobreprecio de 26 centavos de dólar por libra sobre el precio estándar del café que se paga en el país. Dicho sobreprecio beneficia a los productores nacionales que le suministran a la Federación de Cafeteros los mejores granos de sus cosechas para este programa de valor agregado.

Desde el inicio del proyecto hasta la fecha, Procafecol junto con sus empresas filiales ha girado al Fondo Nacional del Café a una tasa promedio por concepto de regalías, un total de \$5.666.691.492. Puntualmente para el año 2007, el total de regalías consolidadas (Colombia, España, Estados Unidos) ascendió a \$3.261.563.759.

Así mismo durante esta vigencia, Procafecol S.A. ha cumplido rigurosamente las normas legales vigentes sobre derechos de autor y propiedad intelectual.

5.2 Cafés y artículos con alto contenido social

- **Café de la Reconciliación:** Para la época de Navidad Procafecol quiso fomentar el perdón a través de “El Café de la Reconciliación”, el cual benefició a los habitantes de los corregimientos de Ortega y Dinde en el Cauca, quienes tras años de conflicto, son ejemplo de una convivencia pacífica, dejando las armas y dedicándose a sembrar café. Un porcentaje de la venta de las 17 mil latas con café, darán inicio a proyectos dirigidos a la infancia de estas poblaciones enfocados en seguir su sueño de construir un país en paz.



- **Café Sembradores de Paz:** El objetivo de esta edición limitada, que simboliza el resultado del programa de Sembradores de paz en el Departamento del Magdalena, consiste en afianzar y apoyar a estas comunidades, con proceso de arraigo y pertenencia para contrarrestar los efectos del conflicto y el desplazamiento; impulsando y fortaleciendo iniciativas en educación e infraestructura básica para una convivencia en paz.

- **Cuaderno Juan Valdez®:** Este cuaderno es elaborado por jóvenes afro colombianos provenientes del norte del departamento del Cauca (Colombia) que desde hace cinco años vienen mostrando una imagen diferente, convirtiéndose en una iniciativa empresarial para su comunidad de origen y el país.



- **Anillos de Fique:** Detrás de cada uno de los productos y servicios que encuentra en las tiendas Juan Valdez® se teje una historia de compromiso

social y de apoyo al desarrollo de Colombia. Estos singulares protectores de calor son elaborados en el municipio santandereano de Barichara en su mayoría por mujeres cabeza de familia,

- **Café Guardabosques:** Las tiendas Juan Valdez® presentaron esta edición limitada para contribuir con la reducción de los cultivos ilícitos en el país y prevenir su expansión a partir del compromiso voluntario de erradicación por parte de las familias beneficiarias pertenecientes al Programa “Familias Guardabosques”. El objetivo del Programa es atender a la problemática nacional generada por los cultivos ilícitos a partir del uso sostenible de recursos naturales, la ordenación sostenible de bosques y la promoción y establecimiento de productos agrícolas sociales y ambientales (como el café), que generen ingresos constantes a las comunidades beneficiarias y garanticen su permanencia en la legalidad.



6. SITUACION ADMINISTRATIVA

Durante el año 2007 se implementaron los siguientes programas y políticas para contribuir a la mejora del manejo del recurso humano en Procafecol S.A.:

- Generamos 170 empleos nuevos durante 2007 todos con sus condiciones de seguridad social y pago de prestaciones, estipuladas por la ley.
- Implementamos un nuevo esquema de trabajo por horas y jornadas flexibles para dar oportunidad a jóvenes universitarios de generar ingresos. Durante el 2007 apoyamos estudiantes en Bogotá de universidades como El Rosario, Los Andes, Javeriana, Nacional y Santo Tomas. Por fuera de Bogotá contamos con estudiantes de la Bolivariana y EAFIT en Medellín; Autónoma de Manizales, ICESI y Javeriana de Cali.
- Invertimos alrededor de 54.000 horas en capacitación presencial y entrenamientos prácticos para 840 colaboradores, a través de nuestras tiendas-Centros de entrenamiento en Bogotá y el resto del país. De esta manera aseguramos la formación constante del equipo en nuestros productos, calidad, protocolos de servicio y la Institucionalidad Cafetera Colombiana, rescatando las costumbres y el orgullo por Colombia.
- Dedicamos alrededor de 9.000 horas para capacitar a nuestros clientes de grandes superficies, hoteles y cines (Cinecos) en la marca Juan Valdez®, nuestros productos de café, nuestro negocio y compartir nuestros objetivos de responsabilidad social con los caficultores colombianos.

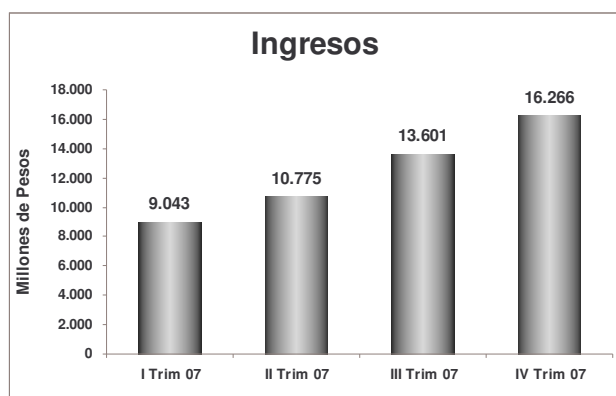
- Construimos la herramienta de capacitación virtual (E-Learning) para transmitir ágilmente el conocimiento de nuestro negocio a otros países diferentes a Colombia.
- Diseñamos un Modelo de Pago Variable orientado a incentivar el excelente trato y cortesía con los clientes, calidad del producto, enfoque orientado a la venta y preocupación por los resultados financieros; factores que definen el éxito.

Procafecol envió por primera vez a un representante de Colombia Concurso Mundial de Baristas que se llevó a cabo en Tokio.

7. RESULTADOS AÑO 2007

Durante el año 2007 las ventas totales de Procafecol, que incluyen las ventas por operación directa y las ventas por cuentas en participación, sumaron más 49.686 millones de pesos, que corresponde a un crecimiento del 111% comparado con las del año 2006. Gracias al incremento en las ventas, la

utilidad bruta se duplicó en el período al alcanzar los \$25,918 millones en 2007 versus \$12,214 millones utilidades bruta del año anterior.

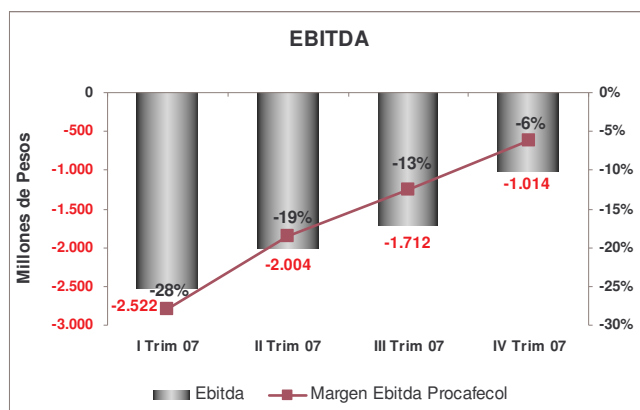


Este importante crecimiento se alcanzó gracias a la expansión del negocio de tiendas, 57 nuevos locales, que fueron puestas en operación a lo largo del 2007 y al crecimiento comercial de los canales de Grandes superficies e Institucional. Es importante señalar que este crecimiento se alcanzó a pesar de que las tiendas inauguradas durante 2007 no habían logrado aún su punto óptimo de maduración en ventas.

El costo de ventas presentó un crecimiento del 110% con respecto al año 2006, 1% menos que el incremento que mostraron las ventas, lo que se traduce en un incremento del margen bruto de la compañía.

Los gastos de operación crecieron 1% por debajo del incremento de las ventas al igual que los gastos administrativos que crecieron tan solo 42% en comparación con el año 2006.

Así mismo, la utilidad operacional como proporción de las ventas presentó también un comportamiento positivo al pasar de -42% en 2006 a -26% en 2007. Esto equivale a un mejoramiento del 38% de este indicador.



La pérdida operacional registró un incremento del 34% reconociendo el efecto de las economías de escala. Así, los gastos administrativos pasaron del 44% de las ventas al 30%.

El Ebitda (utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) de Procafecol evolucionó positivamente durante el año 2007. Mientras que en el primer trimestre del año correspondía al -28% de las ventas, en el último trimestre éste se ubicó en

-6%. Es importante destacar que en el mes de diciembre se alcanzó por primera vez, desde el inicio de la operación, el punto de equilibrio del negocio.

El activo total durante el 2007 se incrementó en \$ 31.695 millones de pesos, lo que corresponde al 40.25% con respecto al 2006. Este crecimiento se explica principalmente por el incremento de activos fijos, diferidos e intangibles por \$ 4.282 millones, \$3.521 millones y \$2.348 millones respectivamente, que se debe a la apertura de 57 tiendas nuevas. Adicionalmente, las cuentas por cobrar a vinculados económicos registraron un incremento del 21% correspondientes a la expansión de las tiendas en el exterior.

Los inventarios crecieron \$905 millones de pesos, lo que equivale al 20% comparado con el año 2006.

Las inversiones permanentes se incrementaron en \$ 4.240 millones dado que se formalizó la inversión en Procafecol Chile y se perfeccionó la venta de la operación en España.

Las cuentas por cobrar a clientes, derivadas de la operación de los canales de grandes superficies e institucional, crecieron en \$1.042 millones, lo que está acorde con la evolución en ventas que mostraron estos dos canales.

Las obligaciones financieras crecieron en \$28.230 millones con respecto al 2006. Este apalancamiento fue necesario para soportar el acelerado proceso de expansión y consolidación de las operaciones en Colombia y en el exterior.

Los créditos contraídos por Procafecol han sido atendidos oportunamente y nunca se han refinanciado. La Sociedad está calificada por la mayoría de las entidades financieras con las que trabaja como riesgo AAA.

Estos resultados se explican por el agresivo proceso de expansión del canal de tiendas y la consolidación de la operación de Procafecol en dos nuevos canales de distribución: Grandes superficies e Institucional, los cuales traen consigo procesos de depreciación y amortización inherentes a esta actividad. Si bien las inversiones necesarias para la consolidación de estos canales significaron un esfuerzo temporal de resultados de corto plazo de la Compañía, éstas redundarán en beneficios de mediano y largo plazo para los accionistas.

8. PROYECTO DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

El Código de Comercio en su artículo 151 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 2007 las pérdidas fueron de \$ 13.907.514.367, en consecuencia, no se propone un proyecto de distribución de utilidades.

INFORME ESPECIAL: RELACIÓN ECONÓMICA ENTRE PROCAFECOL S.A Y SU ENTIDAD CONTROLANTE, ASÍ COMO SUS SOCIEDADES CONTROLADAS

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 2007, en los siguientes términos:

1. Operaciones de mayor importancia concluidas durante el ejercicio de manera directa o indirecta entre la controlante (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia) y controlada (Procafecol S.A)

Con el fin de obtener recursos destinados a consolidar el actual proceso de expansión de la operación nacional e internacional de la Compañía, en diciembre 20 de 2007, la Junta Directiva de Procafecol aprobó una oferta privada de 1.500.000 acciones ordinarias de la Sociedad para aquellos accionistas que a la fecha fueran titulares de dicha clase de título. A manera de anticipo, para esta suscripción de acciones, Procafecol recibió \$15.532.241 de parte de la Federación Nacional de Cafeteros, lo que incrementaría su participación accionaria a marzo de 2008 a un total de 12.099.740 acciones ordinarias.

2. Operaciones de mayor importancia concluidas durante el ejercicio de manera directa o indirecta entre Procafecol S.A. y sus sociedades controladas

NFCGC Invesments Inc.

Procafecol tiene una participación equivalente al 96.36% de la sociedad por un valor nominal total de US\$1.059.960. 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 se constituyó en septiembre de 2004, y

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 realizarán mediante compensación de acreencias. Cafescol cumplirá la función de operador de las tiendas Juan Valdez® en España.

Coffea Arabicas Beverages S.A.

Procafecol S.A. es titular del 94,9% 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.

3. Operaciones de mayor importancia concluidas durante el ejercicio de manera directa entre Procafecol S.A. y otras sociedades en las que tiene participación

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 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 buscará 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.

4. Resultados económicos de las Sociedades controladas

4.1 Activos, pasivos, patrimonio y resultados:

	NFCGC Investments Inc.		Cafescol tiendas SL		CAB S.A.		PCC Ltda.	
	2007	2006	2007(*)	2006	2007	2006	2007	2006
Activo	\$ 14.747.904	\$ 20.239.075		\$ 4.787.471	\$ 720.858	\$ 745.534	\$ 1.012.279	\$ 670.355
Pasivo	53.159.561	43.644.660		5.533.660	552.338	607.941	19.850	26.920
Patrimonio	(38.411.657)	(23.405.585)		(746.189)	168.520	137.593	992.429	643.435
Resultados	(13.624.431)	(18.402.326)		(1.511.990)	(269.074)	(388.182)	414.526	(469.974)

(*) En agosto 3 de 2007, se firmó un contrato de asociación con “Casual Brand Group S.L.” a partir de la fecha esta empresa es propietario del 75% de la Compañía y Procafecol del 25% restante, razón por la cual su operación y estados financieros no serán consolidadas en la operación de la sociedad emisora.

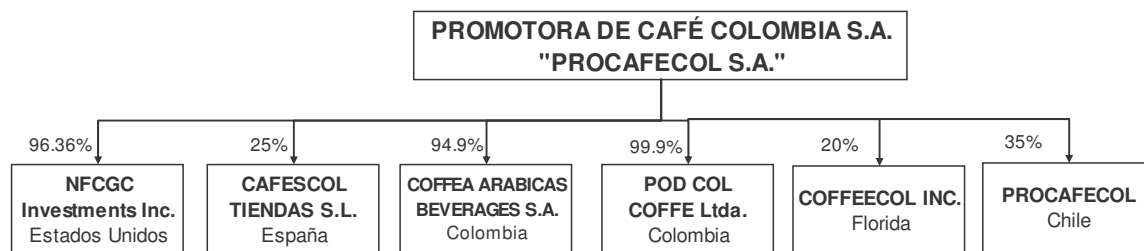
4.2 Cuentas por cobrar

Cuentas por cobrar a vinculados:		
Cafescol Tiendas SL (1)	\$ 4.070.522	\$ 5.206.811
Coffea Arabicas Beverages S.A. (2)	411.957	28.000
NFCGC Investments Inc. (3)	53.290.410	38.244.439
Total	\$ 57.772.889	\$ 43.479.250
Menos porción corto plazo	4.947.038	-
Total largo plazo	\$ 52.825.851	\$ 43.479.250
Cuentas por pagar a vinculados: (Nota 11)		
Federación Nacional de Cafeteros	-	43.985
NFCGC Investments Inc.	125.416	-
Total	\$ 125.416	\$ 43.985

- (1) Corresponde al saldo pendiente de monetizar a 31 de diciembre de 2007, que se hizo efectivo el 14 de febrero de 2008.
- (2) Corresponde a préstamos de corto plazo pactados a una tasa DTF + 2 TA distribuidos así: Capital por valor de \$400.170 e intereses por valor de \$11.787.
- (3) Al 31 de diciembre de 2007 y 2006, Procafecol ha desembolsado préstamos a NFCGC Investments Inc. Por cuantías de \$47.256.701 y \$38.244.439 respectivamente. Para finales de enero de 2008, se desembolsarán \$393.626 correspondientes al inicio y renovación de las tiendas de Café en los Estados Unidos. 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.

5. Estructura de Procafecol S.A. como holding de los proyectos de valor agregado de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (a marzo de 2008)



RICARDO OBREGON TRUJILLO

Presidente

PROCAFECOL S.A.

**Promotora de Café Colombia
S.A. y sus Filiales.**

*Estados Financieros Consolidados
Por los Años Terminados el 31 de
Diciembre de 2007 y 2006 e Informe del
Revisor Fiscal*

INFORME DEL REVISOR FISCAL

A los Accionistas de
Promotora de Café Colombia S.A. – PROCAFECOL S.A.:

1. He auditado los balances generales consolidados de PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A. – PROCAFECOL S.A. y sus filiales al 31 de diciembre de 2007 y 2006 y los correspondientes estados consolidados de resultados, de cambios en el patrimonio, de cambios en la situación financiera y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas. Tales estados financieros son responsabilidad de la Administración de la Compañía. Entre mis funciones se encuentra la de expresar una opinión sobre estos estados financieros con base en mis auditorías. No audité los estados financieros consolidados de la filial NFCGC Investments Inc., y sus subsidiarias cuyos estados financieros reflejan activos totales de \$14.748 millones y \$17.483 millones y una pérdida neta de \$13.215 millones y \$17.408 millones por los años terminados el 31 de diciembre del 2007 y 2006, respectivamente, los cuales son incluidos en los estados financieros consolidados. Los estados financieros de NFCGC Investments Inc., para 2006 fueron auditados por otros auditores, cuyo reporte de fecha marzo 6 de 2007 me fue suministrado y se emitió con una opinión sin salvedades y un párrafo de énfasis sobre la continuidad de negocio en marcha; mi opinión en lo referente a las cifras incluidas de esta filial consolidada, se basa únicamente en el reporte de dichos auditores. Los estados financieros de NFCGC Investments Inc., para 2007 no fueron auditados.
2. Excepto por lo mencionado en el párrafo 3 siguiente, obtuve las informaciones necesarias para cumplir mis funciones y llevar a cabo mi trabajo de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia. Tales normas requieren que planifique y efectúe la auditoría para obtener una seguridad razonable acerca de si los estados financieros están libres de errores significativos. Una auditoría de estados financieros incluye examinar, sobre una base selectiva, la evidencia que soporta las cifras y las revelaciones en los estados financieros. Una auditoría también incluye, evaluar los principios de contabilidad utilizados y las estimaciones contables significativas hechas por la Administración, así como evaluar la presentación general de los estados financieros. Considero que mis auditorías y el reporte de los otros auditores de la filial NFCGC Investments Inc., para 2006, me proporcionan una base razonable para expresar mi opinión.
3. ~~Los estados financieros de la filial NFCGC Investments Inc., al 31 de diciembre de 2007~~
incluidos en los estados financieros consolidados no fueron auditados, por lo tanto no expreso una opinión sobre ellos.

PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A. – PROCAFECOL S.A. Y SUS FILIALES

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2007 Y 2006 (En miles de pesos Colombianos, excepto cuando se indique lo contrario)

1. OPERACIONES Y RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES

Naturaleza y objeto social - PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A. (PROCAFECOL S.A.) es una sociedad de carácter privado, constituida por escritura pública número 5559 del 19 de noviembre de 2002 de la Notaría Sexta de Bogotá, con una duración de 50 años. Durante la vida social de la Compañía se han efectuado algunas modificaciones a la escritura de constitución, la última reforma se efectuó el 10 de diciembre de 2007 mediante la cual el capital autorizado fue elevado a \$71.000.000 a través de la escritura 3828 de la notaría treinta del círculo de Bogotá. Dicho capital autorizado se estableció con una modificación del número de acciones, quedando en 14.200.000 de acciones de valor nominal igual a \$5.000 (cinco mil pesos) cada una.

El principal accionista de Procafecol es la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, institución de carácter gremial sin ánimo de lucro, integrada por los productores de café del país que acrediten dicha condición con la cédula cafetera y cumplan las formalidades que determine el Congreso Nacional de Cafeteros, el Comité Directivo y los Estatutos.

La sociedad fue constituida por la Federación con el fin de desarrollar el objetivo planteado en su plan estratégico, consistente en generar valor agregado al café colombiano, escalando en la cadena comercial para llegar directamente al consumidor final a través del desarrollo de productos con valor agregado.

Procafecol tiene por objeto social el comercializar café colombiano en todas sus formas, crear tiendas de café “Juan Valdez” para administración directa o a través de terceros, otorgar franquicias de las tiendas de café, vender bebida de café, café tostado, molido y en grano, en distintas presentaciones y distintos puntos de venta, a nivel nacional e internacional, vender artículos de mercadeo relacionados con el café, y/o con las marcas comerciales utilizadas por la sociedad.

Las sociedades consideradas en la consolidación de PROCAFECOL S.A. cuyas operaciones se describen a continuación son las siguientes:

Sociedad	Fecha de constitución	Región donde opera
-----------------	------------------------------	---------------------------

NFCGC Investments Inc.	30 de marzo de 2004	EEUU
Coffea Arabicas Beverages S.A.	25 de noviembre de 2005	Colombia
Pod Col Coffe Ltda.	20 de mayo de 2004	Colombia

Para el año 2006, se incluyó en la consolidación a Cafescol, cuya participación era del 100% y para el 2007 es del 25%, en virtud del contrato que se suscribió con Casual Brand Group S.L.

NFCGC Investments Inc.: Es una sociedad organizada de conformidad con las leyes del Estado de Delaware, Estados Unidos de América, y es una Holding a través de la cual se manejan las tiendas de café Juan Valdez en ese país. Posee un capital representado en 10.000 acciones de valor nominal de US\$0.01 por acción. El 22 de septiembre de 2004 Procafecol S.A. adquiere 9.636 acciones, lo que le representa una participación equivalente al 96.36% de la sociedad por un valor nominal total de US\$1.059.960. Las compañías filiales de NFCGC Investments Inc., son: NFCGC Enterprises (NY), LLC, NFCGC Enterprises (DC), LLC, NFCGC Enterprises (WA), LLC y NFCGC Retail LLC.

Coffea Arábicas Beverages S.A.: Sociedad anónima constituida mediante escritura pública número 7110 del 25 de noviembre de 2005, notaría sexta de Bogotá, con domicilio en la ciudad de Bogotá. Esta sociedad tiene por actividad principal la comercialización de café colombiano en todas sus formas y la producción y comercialización de bebidas colas a base de café.

Pod Col Coffe Ltda.: Constituida por Escritura Pública número 2622 del 20 de mayo de 2004 de la Notaría Sexta de Bogotá, con domicilio en la ciudad de Bogotá. El objeto principal de la sociedad es la comercialización de café colombiano en todas sus formas, entre ellas los pods. Un pod se define como un “cojín” de café tostado y molido, para la preparación de café en porciones individuales. Cada pod contiene 8.5 gramos de café y va empacado en un sobre con una atmósfera controlada para la conservación del producto durante 9 meses. La presentación para la venta al público consiste en cajas de 18 pods diseñadas para ofrecer las distintas referencias que se identifican con la descripción de su sabor, es decir, tostado claro, tostado medio, tostado oscuro y descafeinado. El 9 de febrero de 2006 mediante escritura pública No. 710 de la notaría sexta, protocolizo la cesión de la Federación Nacional de Cafeteros a favor de Procafecol S.A. de 939 cuotas sociales de la sociedad Pod Col Coffee Limitada – PCC Ltda., por valor de \$8.543.961, pagaderos en un (1) año, sin intereses. Como resultado de esta operación Procafecol S.A. es propietaria del 99.9 % de las cuotas sociales de la sociedad PCC Ltda., convirtiéndose en su matriz.

El domicilio social de la compañía matriz es la ciudad de Bogotá. Los porcentajes de participación de la sociedad matriz en el capital de las compañías subordinadas son los siguientes:

PROCAFECOL S.A.

Informe Anual 2007

	2007	2006
NFCGC Investments Inc.	96,36%	96,36%
Coffea Arabicas Beverages S.A	81,32%	94,9%
Pod Col Coffe Ltda.	99,9%	99,9%

Los montos de los activos, pasivos, patrimonio y resultados de cada una de las filiales incluidas en la consolidación son los siguientes:

	NFCGC Investments Inc.		Cafescol S.L		CAB S.A.		PCC LTDA	
	2007	2006	2007 (*)	2006	2007	2006	2007	2006
Total activos \$	14.747.904	\$ 20.239.075	\$ 4.787.471	\$ 720.858	\$ 745.534	\$ 1.012.279	\$ 670.355	
Total pasivos	56.426.064	43.644.660	5.533.660	552.338	607.941	19.850	26.920	
Patrimonio	(41.678.161)	(23.405.585)	(746.189)	168.520	137.593	992.429	643.435	
Resultados	(17.013.678)	(18.402.326)	(1.511.990)	(269.074)	(388.182)	414.526	(469.975)	

(*) En Agosto 3 de 2007, se firmo un contrato de asociación con “Casual Brand Group S.L.” a partir de la fecha esta empresa es propietaria del 75% de la Compañía y Procafecol del 25% restante. Esta empresa cumplirá la función de operador de las Tiendas Juan Valdez en España.

Emisión de acciones – El 18 de abril de 2005, mediante resolución No 244, la Superintendencia Financiera autorizó la oferta pública de las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto emitidas por Procafecol S.A. Esta resolución empezó a sufrir plenos efectos desde el 2 de mayo de 2005, fecha a partir de la cual se encuentra sujeta al control exclusivo de esta Superintendencia y debe dar estricto cumplimiento a las obligaciones establecidas por las normas del mercado público de valores para sus emisores.

Principales políticas contables – Los registros contables de Procafecol S.A. y sus filiales siguen las normas prescritas en el Decreto 2649 y 2650 de 1993, decretos que reglamentan la contabilidad en general y señala los principios o normas de contabilidad generalmente aceptadas en Colombia y requerimientos de la Superintendencia Financiera. Ciertos principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, podrían no estar de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en otros países. A continuación se presentan las principales políticas contables:

- Principios de Consolidación** - Los estados financieros consolidados incluyen las cuentas de Procafecol S.A. consolidadas con las filiales mencionadas anteriormente, aplicando el método de consolidación global, el cual consiste en incorporar a los estados financieros de la Compañía, la totalidad de los activos, pasivos, patrimonio y resultados de las filiales, previa eliminación de las inversiones, las operaciones y saldos recíprocas existentes. Todos los saldos y operaciones importantes entre compañías relacionadas, fueron eliminados en la consolidación. Se incluyen adicionalmente los ajustes pertinentes de conversión a principios contables aplicados en Colombia, para el caso de las filiales en el exterior. El interés minoritario, es una cuenta que revela la participación de terceros en el resultado consolidado del ejercicio como consecuencia de la aplicación del proceso de consolidación y es presentada en los estados financieros consolidados, como parte del patrimonio y en el estado de resultados en una cuenta independiente.

- b. *Conversión de estados financieros de filiales extranjeras* – Para consolidar los estados financieros de las filiales extranjeras que operan en forma independiente de Procafecol S.A. se convierten a pesos colombianos, antes de iniciar el proceso de consolidación, de acuerdo con las normas de contabilidad aplicadas en Colombia, así: Todos los activos y pasivos se convierten al tipo de cambio de cierre del ejercicio. El capital social se convierte al tipo de cambio de la fecha en que se efectuaron las aportaciones, y los ingresos, costos y gastos al tipo de cambio promedio de cada mes. Los efectos de conversión se presentan en el patrimonio de la Sociedad.
- c. *Unidad monetaria* - De acuerdo con disposiciones legales, la unidad monetaria utilizada por Procafecol S.A. es el peso colombiano.
- d. *Período contable* - La Compañía matriz tiene definido por estatutos efectuar un corte de sus cuentas, preparar y difundir estados financieros de propósito general una vez al año, al 31 de diciembre.
- e. *Importancia relativa o materialidad* - Los hechos económicos se reconocen y se presentan de acuerdo con su importancia relativa. En la preparación de los estados financieros y de las revelaciones en sus notas, la materialidad se determina con relación al total de los activos y pasivos corrientes; al total de los activos y pasivos; al capital de trabajo o a los resultados del ejercicio; según corresponda. Como regla general, se siguió el criterio del 5% del valor total de los activos corrientes.
- f. *Ajustes por inflación* – Los activos no monetarios y el patrimonio con excepción del superávit por valorizaciones y las utilidades o pérdidas del ejercicio, se ajustan para reconocer los efectos de la inflación, utilizando porcentajes de ajuste determinados con base en la variación del índice general de precios al consumidor (4,57% para 2006). La corrección monetaria, así determinada, es incluida en los resultados del período.

A partir del 1 de enero de 2007, la Compañía suspendió la práctica de ajustes por inflación a las cuentas no monetarios del balance, en cumplimiento del Decreto 1536 del 7 de mayo de 2007. Para efectos contables, los ajustes por inflación acumulados en las cuentas del balance fueron tomados como parte del saldo de la respectiva cuenta, en concordancia con la ley.

Así mismo, de acuerdo a este decreto la Compañía no tendrá que reexpresar los estados financieros del ejercicio anterior para efectos de lograr la comparabilidad con los estados financieros del cierre del ejercicio que se pretende presentar.

- g. *Inversiones* - Las inversiones permanentes de no controlantes se valoran por el método del costo.

Cuando se trata de inversiones en no controlantes la valuación se efectúa de la siguiente manera: si su valor de realización es superior al costo en libros, la diferencia genera una valorización en el ejercicio que se llevará en cuentas cruzadas de valuación (valorización con una contrapartida al superávit por valorizaciones). Si el valor de realización es inferior al costo en libros, la diferencia afectará en primer lugar la valorización y el superávit de la misma, hasta su monto si existiere, y en el evento de ser mayor, tal valor constituye una desvalorización, la cual afectará las cuentas antes mencionadas como un menor valor de las mismas, sin perjuicio que el saldo neto de estas llegare a ser contrario.

h. *Diferidos* -

Cargos diferidos - Los cargos diferidos representan bienes o servicios recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos en otros períodos. Comprenden de manera principal dos conceptos:

El primero relacionado con las obras y mejoras en propiedades ajenas, que corresponden a todas aquellas adecuaciones realizadas a los sitios en donde se han ubicado las tiendas, que no son susceptibles de recuperar o retirar para ser trasladadas a otros sitios. La amortización de este concepto se establece en el término de vigencia del contrato de arrendamiento sin tener en cuenta las prórrogas para Colombia. Las mejoras en propiedades de las tiendas en Estados Unidos son amortizadas sobre el menor entre la vida útil y la vida del contrato de arrendamiento, generalmente 10 años.

El segundo concepto corresponde a los valores pagados para la estructuración y montaje del proyecto, incurridos hasta la apertura de cada tienda en Colombia, cuyo término de amortización establecido está fijado por el término del contrato de arrendamiento de cada tienda.

La mayoría de contratos que Procafecol S.A. a suscrito con los propietarios de los inmuebles en donde se han sido ubicadas las tiendas de café Juan Valdez tienen una vigencia de 2 a 5 años, razón por la cual, aunque la adecuación al sitio tendrá una vida útil mucho más amplia y en realidad se tiene buena certeza respecto de la prórroga de los respectivos contratos, de conformidad con la técnica contable, estas amortizaciones han sido manejadas teniendo en cuenta el término inicial del contrato de arrendamiento.

Con ocasión de la homogenización de la filial del exterior a principios contables en Colombia, surgieron algunos ajustes como es la reclasificación a cargos diferidos de algunos conceptos que estaban registrados como activos fijos y gastos del periodo, como son los costos de construcción en propiedades ajenas por US\$4.101.748 y US\$55.210, que expresados en pesos colombianos, corresponden a \$8.264.038 y \$123.606, para los años 2007 y 2006, respectivamente. Dichos cargos diferidos se amortizan en un periodo entre 60 y 72 meses, contados desde la fecha de adquisición.

Dentro de dichos cargos diferidos se destacan los gastos preoperativos, los cuales se están amortizando en un período de 5 años, gastos de estructuración y montaje de las tiendas, los cuales se amortizarán hasta el 31 de diciembre de 2010, los gastos de publicidad y promoción los cuales se amortizan en un año, contado a partir de su ocurrencia.

Gastos pagados por anticipado - Son registrados como gastos pagados por anticipado conceptos tales como seguros y arriendos pagados anticipadamente. Son amortizados de acuerdo con la vigencia de las pólizas o del contrato de arrendamiento.

- i. *Vinculados económicos y partes relacionadas* - La Compañía presenta como partes relacionadas los activos, pasivos y operaciones realizadas con propietarios, administradores y con vinculados económicos. Se consideran vinculados económicos sus accionistas y las compañías subordinadas de la Federación Nacional de Cafeteros.
- j. *Inventarios* - Los inventarios se encuentran valuados al costo, que no excede el valor de mercado. El método de valuación de los inventarios es el promedio.
- k. *Propiedades, planta y equipo – neto* - Las propiedades, planta y equipo se registran al costo histórico ajustado por inflación hasta el 31 de diciembre de 2006. La depreciación se calcula con base en el método de línea recta sobre las vidas útiles estimadas para cada activo.

Las tasas anuales de depreciación utilizadas son las siguientes: maquinaria y equipo 10%, equipo de oficina 10%, equipo de computación y comunicación 33,33% y equipo de hoteles y restaurantes 20%. La Compañía no estima ningún valor residual para sus activos por considerar que éste no es relativamente importante, siendo por lo tanto, depreciados en su totalidad.

Las mejoras y reparaciones extraordinarias que prolongan la vida útil del activo, se capitalizan. Los gastos de reparación y mantenimiento se cargan a resultados en la medida en que se incurren.

Durante el 2007, Procafecol S.A. suscribió pólizas de seguros de protección de sus bienes contra incendio, sustracción y daños con la Compañía Agrícola de Seguros.

- l. *Intangibles* - Los intangibles representan los pagos relacionados con los registros en el país y en el exterior de las marcas de café Colina, Cumbre, Macizo, Volcán, Pico, Ladera y Sierra, propiedad de Procafecol S.A.

El término de amortización de estos intangibles está dado por la vigencia del respectivo registro, vigencia que puede variar de acuerdo con cada país. En Colombia por ejemplo la duración del registro está definida en 10 años y en consecuencia, los pagos realizados por registros en el país están siendo amortizados en un término de 10 años.

Los países en los cuales han sido registradas las marcas citadas son Colombia, Brasil, Perú, Venezuela, Bolivia, Ecuador, Chile, Argentina, Sudáfrica, Estados Unidos, Dinamarca, Arabia Saudita, Reino Unido, Líbano y Australia.

Adicionalmente, en el mes de febrero de 2006 se registró un crédito mercantil por valor de \$7.736.312 por la adquisición de 939 cuotas partes de Pod Col Coffe Ltda. Este crédito mercantil se está amortizando en forma exponencial con un plazo de 5 años y 9 meses y al cierre de cada ejercicio se adelanta una labor de valuación para determinar su valor de

mercado, tal como lo especifica la Circular Externa número 034 del 9 de octubre de 2006 de la Superintendencia Financiera.

Igualmente, incluye los contratos de arrendamiento financiero o leasing que se registran conforme a lo establecido en el numeral 2° del artículo 127-1 del Estatuto Tributario.

- m. *Valorizaciones (Desvalorizaciones)* - Corresponden a la valorización o desvalorización de inversiones correspondiente a la diferencia entre el valor intrínseco y su costo, así como la valorización de propiedad planta y equipo correspondiente al resultado del avalúo técnico del año. Para el caso de las inversiones permanentes en no controlantes, cuando el valor de realización es inferior al costo en libros, la diferencia disminuye la valorización hasta su monto y en el evento de ser mayor, este exceso constituye una desvalorización, sin perjuicio que el saldo neto sea de naturaleza contraria.
- n. *Transacciones y saldos en moneda extranjera* - Las transacciones en moneda extranjera se contabilizan en pesos a la tasa de cambio vigente en la fecha de la transacción. Los saldos en moneda extranjera son convertidos a pesos colombianos a la tasa representativa del mercado, certificada por la Superintendencia Financiera. La diferencia en cambio resultante del ajuste de los activos y pasivos se registra en resultados.

Las inversiones en moneda extranjera se ajustan con base al tipo de cambio del dólar estadounidense frente a la moneda origen y luego se ajustan a la tasa de cambio representativa del mercado certificada por la Superintendencia Financiera. La diferencia en cambio resultante se lleva a resultados como ingreso o gasto financiero, según corresponda.

La tasa de cambio utilizada para ajustar el saldo resultante en dólares de los Estados Unidos al 31 de diciembre de 2007 y 2006 fue de \$2.014,76 (pesos) y \$2.238,79 (pesos) por US\$1, respectivamente.

- o. *Obligaciones laborales* - Corresponden a las obligaciones que Procafecol S.A. tiene por concepto de las prestaciones legales a favor de sus empleados.
- p. *Provisión para impuesto de renta* - La Compañía matriz, determina la provisión para impuesto sobre la renta para 2007 y 2006 con base en la renta presuntiva, tomando como base el 3% y el 6% del patrimonio líquido del año inmediatamente anterior a la tarifa del 34% y 38,5%, respectivamente para cada año.
- q. *Reconocimiento de ingresos* - En el caso de las ventas al detal de bebidas y alimentos complementarios son reconocidos y registrados en el punto de venta. En el caso de las ventas de los canales institucional y grandes superficies, el ingreso es reconocido en el momento de la emisión de la respectiva factura de venta junto con la orden de despacho. En

el caso de la venta de productos al exterior, son reconocidos y registrados con base en los despachos efectuados y facturados.

- r. *Costos y gastos* - Los costos y gastos al igual que los ingresos son registrados con base en el principio de causación. El costo es determinado tomando el producto retirado del inventario, ya sea por venta o por deterioro y multiplicándolo por el costo promedio que éste tenga en el inventario.
- s. *Estimados contables* - La preparación de estados financieros, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados, requiere que la Administración haga algunas estimaciones y presunciones que afectan los montos reportados de activos, pasivos y los de ingresos y gastos a la fecha de los estados financieros. Los resultados reales pueden diferir de dichos estimados.
- t. *Cuentas de orden* - La Compañía registra en cuentas de orden los compromisos pendientes de formalización y los derechos o responsabilidades contingentes, tales como los bienes y valores recibidos de terceros. Por otra parte, se utilizan cuentas de orden denominadas fiscales para registrar diferencias entre los registros contables y las declaraciones tributarias.
- u. *Pérdida neta por acción* - El resultado neto por acción se calcula con base en el promedio ponderado de las acciones en circulación durante el año.
- v. *Equivalentes de efectivo* - Para propósitos de la presentación en el estado de flujos de efectivo, la Compañía clasifica en el rubro de equivalentes de efectivo, inversiones con vencimiento de tres meses o menos contados a partir de la fecha de su emisión inicial.
- w. *Reclasificaciones* – Algunas cifras de los estados financieros del 2006, fueron reclasificados para conformarse con la presentación de la información del año 2007.
- x. *Impuesto al patrimonio* - A partir del 1 de enero de 2007, la Compañía matriz optó por registrar como menor valor de la revalorización del patrimonio el gasto por concepto de impuesto al patrimonio, de acuerdo a lo contemplado en la ley 1111 de diciembre de 2006. A la fecha el impuesto a cargo registrado como menor valor de la revalorización patrimonial ascendió a \$699.102.

2. NEGOCIO EN MARCHA

Los resultados netos de los estados financieros a 31 de Diciembre de 2007 y 2006 reflejan una pérdida neta de \$30.755 millones y \$27.140 millones, cifras que están dentro de los resultados esperados, dentro de una fuerte etapa de inversión. En el año 2007, Procafecol continuó con el intenso proceso de expansión del canal de tiendas, completando en el año 2007, un total de 100 tiendas en Colombia puestas en operación, el cual constituye la base que dará el sustento para el plan de internacionalización futuro. Los canales de Grandes Superficies e Institucional, el año

2007 representó la primera etapa de expansión y consolidación nacional e internacional, el canal de Grandes Superficies, se extendió a Costa Rica, México, Panamá y El Salvador. La pérdida operacional consolidada para el año 2007 registró una considerable mejora, en términos de participación sobre los ingresos, \$23.329 millones (41%) y \$25.629 millones (81%), para los años 2007 y 2006, respectivamente.

Como parte del proceso de internacionalización se vendió la operación propia en España a “Casual Brand Group S.L.”, socio con unas condiciones estratégicas para el plan de desarrollo de este país y se firmó un acuerdo de asociación con “S.A.C.I. Falabella” en Chile para la creación de una Compañía que tendrá a cargo el proceso de desarrollo y expansión en este país.

La expansión de Procafecol contempla desplegar esquemas de asociación con terceros para apoyar el crecimiento internacional adquiriendo conocimiento local. Así, Procafecol buscará relaciones de riesgo compartido con socios que cumplan características claves para el desarrollo de los tres canales de distribución del negocio, como tener experiencia en negocios detallistas, ser operadores originarios del país (locales), contar con una buena red de contactos, y tener disponibilidad de recursos de capital que garanticen el montaje de tiendas en un periodo de 3 a 4 años. Los canales de grandes superficies e institucional continuarán durante el año 2008 con su expansión y consolidación nacional e internacional.

El conjunto de estas iniciativas puestas en marcha durante el año 2008 significará la obtención de economías de escala suficientes para cubrir los costos y gastos fijos propios de este tipo de negocio y la generación de caja en el futuro para sostener el crecimiento sostenible de la Compañía y sus filiales.

3. DISPONIBLE

	2007	2006
Caja (1)	\$ 1.352.528	\$ 1.182.262
Bancos (1)	2.101.854	2.616.193
Otras inversiones (2)	<u>6.073.855</u>	<u>3.203.422</u>
Total	<u>\$ 9.528.237</u>	<u>\$ 7.001.877</u>

(1) Para 2007 y 2006, incluye US\$428.34 y US\$194.188, respectivamente

(2) Corresponde a Inversiones en Fondos Comunes Ordinarios registrando excedentes de liquidez de la Compañía de los cuales se puede disponer en el momento en que Procafecol S.A. lo requiera y para 2007 a operaciones REPO a una tasa del 7.88% P.V. constituido el 28 de diciembre de 2007 con una fecha de vencimiento el 2 de enero de 2008.

4. DEUDORES

Clientes	\$ 1.809.408	\$ 980.314
----------	--------------	------------

Cuentas por cobrar a vinculados (Nota 5)	4.070.522	-
Anticipos y avances	3.158.436	1.790.717
Anticipos de impuestos y contribuciones	551.950	1.236.300
Cuentas por cobrar a trabajadores	27.114	8.892
Deudores varios	428.279	218.481
Deudas de difícil cobro	8.963	-
Provisión deudores	(8.963)	-
Total	<u>\$ 10.045.709</u>	<u>\$ 4.234.704</u>

5. VINCULADOS ECONÓMICOS

Cuentas por cobrar a vinculados: (Nota 4)		
Cafescol Tiendas SL (1)	<u>\$ 4.070.522</u>	<u>\$ -</u>
Cuentas por pagar a vinculados:		
Federación Nacional de Cafeteros (Nota 13)	<u>\$ 924.046</u>	<u>\$ 323.459</u>

- (4) Al 31 de diciembre de 2006, Procafecol desembolsó prestamos a esta filial para el inicio y renovación de las tiendas de café en España, la tasa de interés pactada fue de LIBOR más 1.5%, el saldo por cobrar se eliminó en el 2006. Durante el 2007, el valor de la deuda se capitalizó, teniendo en cuenta que en agosto 3 de 2007, se firmó un contrato de asociación entre Procafecol y "Casual Brand Group S.L." fecha en la cual esta empresa es propietaria del 75% de la Compañía y Procafecol del 25% restante. Dicha transacción fue de \$2.993.983, la cual no generó flujo de efectivo. El saldo al 31 de diciembre de 2007, corresponde a lo que se encontraba pendiente de monetizar, el cual se hizo efectivo el 14 de febrero de 2008. En el año 2006, el saldo por cobrar en el proceso de consolidación se eliminó.

La Compañía celebró algunas transacciones con vinculados económicos. Un resumen es como sigue:

	2007	2006
Regalías pagadas a:		
Federación Nacional de Cafeteros – Fondo Nacional del Café (1)	<u>\$ 2.101.348</u>	<u>\$ 1.066.600</u>

- (1) Corresponde a los pagos efectivamente realizados durante la vigencia 2007 y 2006, al Fondo Nacional del Café por conceptos tales como derecho iniciales y derecho de uso de marca Juan Valdez, Buendía by Juan Valdez y Bebidas Lácteas JV y para los canales de Tiendas, Retail e Institucional.

6. INVENTARIOS

Producto terminado	\$ 1.795.010	\$ 555.564
Mercancías no fabricadas por la empresa	2.133.336	2.686.148

Materias primas	1.218.540	1.595.246
Envases y empaques	1.137.431	1.180.714
Materiales, repuestos y accesorios	8.774	3.247
Inventarios en tránsito	176.669	7.118
Provisiones de inventario	<u>(20.000)</u>	<u>(504.530)</u>
Total	<u>\$ 6.449.760</u>	<u>\$ 5.523.507</u>
7. DIFERIDOS - NETO		
Gastos pagados por anticipado	\$ 338.887	\$ 202.753
Cargos diferidos	<u>18.565.494</u>	<u>21.633.564</u>
Total	18.904.381	21.836.317
Menos: Porción a corto plazo	<u>3.966.683</u>	<u>2.082.864</u>
Total largo plazo	<u>\$ 14.937.698</u>	<u>\$ 19.753.453</u>
8. INVERSIONES PERMANENTES		
Acciones (1)	\$ 753.509	\$ -
Cuotas o partes de interés (2)	<u>3.208.579</u>	<u>5</u>
Total	<u>\$ 3.962.088</u>	<u>\$ 5</u>

Promotora Chilena de Café Colombia S.A. - Pocafecol S.A. posee el 35% del capital, correspondiente a 350.000 acciones valoradas a 31 de diciembre en \$753.509, el restante 65% corresponde a la sociedad Chilena S.A.C.I Falabella. Esta empresa cumplirá la función de operador de las Tiendas Juan Valdez en Chile.

Cafescol Tiendas S.L. A mediados de diciembre de 2005, Procafecol S.A. adquiere 180.000 acciones de la empresa denominada Cafescol Tiendas SL. Con un costo de 250.000 Euros, representando el 100% de la propiedad. Esta inversión fue registrada por el método de participación hasta julio de 2007 dado que en agosto 3 de 2007, se firmo un contrato de asociación con "Casual Brand Group S.L."; fecha en la cual esta empresa es propietario del 75% de la compañía y Procafecol del 25% restante valorada a 31 de diciembre por \$3.208.574. 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 ampliaciones de capital hasta el 2009 y que las ampliaciones de capital de Procafecol se realizarán mediante compensación de acreencias que tiene Cafescol hasta por un valor de EUR1.809.605. Esta empresa cumplirá la función de

operador de las Tiendas Juan Valdez en España. Adicionalmente, se cuenta con una cuota de interés en la compañía Coffea Arabicas Ltda., por \$5.

9. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO - NETO

	2007	2006
Equipo de hoteles y restaurantes	\$ 12.063.096	\$ 6.643.672
Maquinaria y equipo	2.518.461	2.793.452
Equipo de oficina y muebles y enseres	880.829	780.229
Equipo de computación y comunicación	767.824	741.563
Armamento de vigilancia	<u>139.666</u>	<u>281.783</u>
Subtotal	16.369.876	11.240.699
Depreciación acumulada	<u>(3.961.856)</u>	<u>(2.214.624)</u>
Total	<u>\$ 12.408.020</u>	<u>\$ 9.026.075</u>

En el mes de agosto de 2007 mediante avalúo técnico realizado por la firma Construdiseños Ltda., se contabilizó una valorización de la propiedad, planta y equipo por valor de \$145.847 y se constituyó una provisión por valor de \$1.538.

10. INTANGIBLES - NETO

Crédito mercantil (1)	\$ 7.736.311	\$ 7.736.311
Derechos (2)	3.168.026	95.661
Bienes recibidos en leasing (3)	2.348.888	-
Marcas	519.177	392.903
Licencias	191.314	-
Patentes	5.767	5.077
Amortización acumulada	<u>(2.844.896)</u>	<u>(1.307.738)</u>
Total	<u>\$ 11.124.587</u>	<u>\$ 6.922.214</u>

- (1) Crédito Mercantil – en febrero de 2006, se registró un crédito mercantil por valor de \$7.736.311 por la adquisición de 939 cuotas partes de Pod Col Coffe Ltda. Este crédito mercantil se está amortizando en forma exponencial, en un plazo de 5 años y 9 meses y al cierre de cada ejercicio se adelanta una labor de valuación para determinar su valor de mercado, tal como lo especifica la Circular Externa Número 034 del 9 de octubre de 2006 de la Superintendencia Financiera. A cierre del ejercicio 2007 el crédito mercantil fue valorado por Valor y Estrategia S.A. (Meritium), coincidiendo con el valor registrado en los libros de contabilidad de la Compañía.
- (2) Corresponde al patrimonio autónomo administrado por Fiducafè tomado por la Compañía Matriz con un saldo a diciembre de 2007 \$1.498.106, y derechos por costos de adquisición de NFCGC, en los bienes inmuebles tomados en arriendo por \$1.669.922.

- (3) Corresponde a los activos (maquinas expreso, molinos, mobiliarios, cafeteras, entre otros) destinados, en su mayoría, a cumplir con la operación de las tiendas, adquiridos bajo la modalidad de arrendamiento financiero (leasing), contratos que incluyen opción de compra la cual puede ser ejercida el vencimiento de la misma. La Compañía prevé hacer uso de esta opción.

11. OTROS ACTIVOS A LARGO PLAZO

	2007	2006
Depósitos de seguridad	\$ 599.389	\$ 698.339
Otros activos	<u>-</u>	<u>1.854.724</u>
Total	<u>\$ 599.389</u>	<u>\$ 2.553.063</u>

Depósitos de Seguridad - Corresponde al valor destinado por NFCGC, por los inmuebles tomados en arriendo en Estados Unidos.

Otros activos - Para 2006 corresponde a \$1.512 millones destinados para la adquisición de las tiendas en Filadelfia y \$343 millones para mejoras en una de las tiendas de Nueva York.

12. OBLIGACIONES FINANCIERAS

	Tasa de interés entre el		
Bancafé (1)	13% y 15%	\$ 21.884.385	\$ 4.716.819
Banco de Bogotá (2)	DTF + 4 T.A. y DTF + 6,75 T.A.	9.828.642	590.768
Bancolombia (3)	DTF + 4 T.A. y DTF + 8,05 T.A.	3.891.269	4.411.288
Leasing de Crédito		650	628
Leasing de Occidente		1.629.413	1.978
Leasing Bancolombia		<u>716.320</u>	<u>-</u>
Total		37.950.679	9.721.481
Menos corto plazo		<u>15.472.037</u>	<u>3.221.479</u>
Total largo plazo		<u>\$ 22.478.642</u>	<u>\$ 6.500.002</u>

El vencimiento de las obligaciones a largo plazo en los años siguientes es así: 2011- \$6.500.000 y 2012- \$15.978.642.

- (1) Corresponden a obligaciones a corto plazo por valor de \$12.671.595 y \$9.150.000 son de largo plazo. Incluye adicionalmente un crédito por valor de US\$750.000, a una tasa de Libor + 0.5.

- (2) Incluye \$2.328.642, con vencimiento al 7 de febrero de 2012; \$5.000.000 con vencimiento al 24 de agosto de 2012; y \$2.500.000 con vencimiento al 16 de diciembre de 2012.
- (3) Corresponde a \$3.500.000 con vencimiento al 12 de octubre de 2011 y \$391.269 con vencimiento al 3 de marzo de 2008.

El patrimonio autónomo administrado por Fiducafé es garantía del cumplimiento del servicio de la deuda del largo plazo que posee la Compañía con entidades financieras (Ver Nota 10).

13. CUENTAS POR PAGAR

	2007	2006
Corto plazo:		
A Compañías vinculadas (Nota 5)	\$ 924.046	\$ 323.459
Costos y gastos por pagar	2.123.271	1.315.107
Retenciones de impuestos por pagar	224.595	186.582
Retenciones y aportes de nómina	108.834	79.003
Acreedores varios	<u>644.860</u>	<u>3.527.321</u>
Subtotal	4.025.606	5.431.472
Largo plazo:		
Arrendamientos (1)	<u>1.550.077</u>	<u>-</u>
Total cuentas por pagar	<u>\$ 5.575.683</u>	<u>\$ 5.431.472</u>

- (1) Las cuentas por pagar de largo plazo corresponde, a los incrementos previstos por conceptos de las propiedades tomadas en arriendo, durante el término del contrato en la sociedad NFCGC.

14. IMPUESTOS, GRAVÁMENES Y TASAS

De renta y complementarios	\$ 615.251	\$ 183.412
Impuesto a las ventas por pagar	-	205.809
Impuesto de industria y comercio	<u>107</u>	<u>70.404</u>
Total	<u>\$ 615.358</u>	<u>\$ 459.715</u>

De renta y complementarios – Las declaraciones de renta de la Compañía Procafecol S.A. han sido revisadas por las autoridades fiscales o el término para que dicha revisión se efectúe, ha expirado para todas las declaraciones hasta el año 2004. Para los años 2006 y 2005 no existen requerimientos sobre el impuesto de renta, que con lleve a modificar el valor del impuesto liquidado.

Para 2006, la Compañía matriz determinó la provisión para impuesto de renta tomado como base la renta presuntiva que corresponde al 6% del patrimonio líquido del año anterior, a la tarifa del 35%. Adicionalmente, determinó la sobretasa del 10% a que hacían referencia las normas fiscales vigentes a esa fecha. Para 2007, la Compañía matriz determinó el impuesto de renta tomado como base la renta presuntiva que corresponde al 3% del patrimonio líquido del año anterior, generando un gasto por provisión de \$615.251 a la tarifa del 34%.

Impuesto al patrimonio – Mediante la Ley 1111 del 27 de diciembre de 2006 se estableció el impuesto al patrimonio que equivale a una tasa del 1.2% y que deberá liquidarse hasta el año 2010, tomando como base el patrimonio líquido al 1 de enero de 2007 y se causará en el respectivo período fiscal. La Compañía registró el impuesto al patrimonio como menor valor de la revalorización, de acuerdo con lo permitido por la ley. (Ver Nota 18).

Precios de transferencia - La Compañía matriz realizó el estudio técnico sobre las operaciones efectuadas durante el año 2006 y fue presentada en forma oportuna a las autoridades competentes. Para el año 2007 la Compañía ha establecido sus bases de cálculo y cumpliendo con la normatividad estaremos presentando oportunamente el informe correspondiente, por lo que consideramos, no tendremos impactos o efectos importantes que modifiquen la provisión de renta establecida.

15. OBLIGACIONES LABORALES

	2007	2006
Nomina por pagar	\$ 63	\$ 4.325
Cesantías consolidadas	200.342	122.252
Intereses sobre cesantías	22.131	12.194
Vacaciones consolidadas	<u>201.447</u>	<u>134.333</u>
Total	<u>\$ 423.983</u>	<u>\$ 273.104</u>

16. PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES

Para obligaciones fiscales	\$ 52.551	\$ 71.539
Para costos y gastos	<u>2.584.171</u>	<u>1.155.991</u>
Total	<u>\$ 2.636.722</u>	<u>\$ 1.227.530</u>

Para costos y gastos - Los valores incorporados en este rubro corresponden a estimaciones para cubrir los pasivos generados por varios conceptos entre ellos, por los inventarios recibidos en el mes de diciembre y que quedaron pendientes de facturar por parte de los proveedores, así como servicios públicos, intereses, arrendamientos, regalías por uso de marca.

17. OTROS PASIVOS

Corresponde a un giro por parte de la Federación Nacional de Cafeteros como anticipo para la suscripción de futuras acciones ordinarias. La Junta Directiva de la Sociedad aprobó el reglamento de suscripción de los mencionados títulos con el fin de ofrecerlos a sus accionistas ordinarios, entre los cuales se encuentra la Federación Nacional de Cafeteros, entidad que pretende capitalizar la Compañía por dicho monto durante el 2008.

	2007	2006
Depósitos recibidos	\$ <u>15.755.204</u>	\$ <u>-</u>

18. PATRIMONIO

Capital social - La composición del capital social de Procafecol S.A. es el siguiente:

Capital autorizado	\$ 71.000.000	\$ 65.000.000
Capital por suscribir	<u>(7.732.635)</u>	<u>(4.027.325)</u>
Total capital suscrito y pagado	<u>\$ 63.267.365</u>	<u>\$ 60.972.675</u>

Capital autorizado – El capital autorizado para los años 2007 y 2006 esta representado por 14.200.000 y 13.000.000 acciones con un valor nominal de \$5.000 (cinco mil pesos) cada una, respectivamente, de las cuales están suscritas y pagadas 12.653.593 y 12.194.535 acciones para dichos años.

El 5 de abril de 2006, el capital autorizado fue elevado a \$65.000.000 mediante escritura 1924 de la notaría sexta del círculo de Bogotá. Dicho capital autorizado se estableció con una modificación del número de acciones, quedando en 13.000.000 de acciones de valor nominal igual a \$5.000 (cinco mil pesos) cada una.

El 5 de diciembre de 2007 el capital autorizado fue elevado a \$71.000.000 mediante escritura 3898 de la notaría 30 del círculo de Bogotá, con el objeto de registrar futuras capitalizaciones.

La Asamblea General de Accionistas, en reunión extraordinaria de fecha 13 de marzo de 2006, mediante acta No. 012, aprobó la capitalización de acreencias a favor de La Federación Nacional de Cafeteros y Coffea Arabicas S.A., por valor de \$1.500.000 De igual forma mediante acta No. 013 del 31 de marzo de 2006, en reunión ordinaria de accionistas, se aprobó una capitalización de acreencias a favor de la Federación Nacional de Cafeteros por valor de \$43.418.260.

En las mismas reuniones de accionistas, igualmente se aprobó la emisión de la cantidad de dos millones (2.000.000) de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, de las que se encuentran en reserva, a un precio por acción de diez mil pesos (\$10.000) cada una, donde cinco mil pesos (\$5.000) corresponde a valor nominal y cinco mil pesos (\$5.000) a prima en colocación de acciones.

Mediante resoluciones 244 del 18 de abril de 2005 y 1131 del 5 de julio de 2006, la Superintendencia Financiera autorizó la emisión de dichas acciones, cuya colocación terminó el día 18 de enero de 2007, arrojando como resultado la inscripción de 22.567 nuevos accionistas y un incremento en el capital de \$2.294.690 y una prima en colocación de acciones por igual valor.

En las Acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, el dividendo preferencial se pagará siempre y cuando la compañía tenga utilidades liquidas, a partir de la fecha de suscripción durante los ejercicios sociales correspondientes a los años 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010 y será acumulable durante cinco (5) períodos y, en todo caso, solamente hasta la fecha de conversión de las Acciones Preferenciales en acciones ordinarias. El día hábil inmediatamente siguiente a la fecha en la cual se consideren y aprueben los estados financieros de la Sociedad con corte a 31 de diciembre del 2010 estas acciones se convertirán en acciones ordinarias.

Con relación a las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, La Federación Nacional de Cafeteros, en calidad de accionista mayoritario de Procafecol S.A., ha ofrecido una opción de venta, la cual estará vigente durante dos años calendario contados a partir del tercer aniversario de la fecha de emisión, con el fin de garantizar a los Accionistas Preferenciales la rentabilidad de su inversión.

Superávit de capital – Comprende la prima en colocación de acciones que representa el mayor importe pagado por el accionista sobre el valor nominal de la acción.

Reserva legal - La Compañía está obligada a apropiarse como reserva legal el 10% de sus utilidades netas anuales, hasta que el saldo de la reserva sea equivalente como mínimo al 50% del capital suscrito. La reserva no es distributable antes de la liquidación de la Compañía, pero puede utilizarse para absorber o reducir pérdidas.

Revalorización del patrimonio - La revalorización del patrimonio no puede distribuirse como utilidades, pero es susceptible de capitalizarse libre de impuestos y el valor corresponde a los ajustes por inflación aplicados al patrimonio, excepto el resultado y el superávit por valorizaciones (desvalorizaciones) hasta el 31 de diciembre de 2006. La contrapartida de ajuste tuvo efecto en el estado de resultados de la Compañía.

Para el 2007, la Compañía optó por registrar el impuesto al patrimonio como menor valor de la cuenta revalorización del patrimonio, acogiéndose al tratamiento permitido por la ley 1111 de diciembre de 2006. El valor liquidado del impuesto al patrimonio fue de \$699.102.

Superávit por valorizaciones (desvalorizaciones) – la Compañía ha registrado las siguientes valorizaciones.

	2007	2006
Desvalorización de inversiones (1)	\$ (1.413.082)	\$ -
Valorización en propiedad, planta y equipo	<u>145.847</u>	<u>-</u>
Total	<u>\$ (1.267.235)</u>	<u>\$ -</u>

(1) Corresponde a la desvalorización de la inversión en Cafescol S.L.

19. GASTOS OPERACIONALES

El siguiente cuadro muestra la composición de los costos de operación:

	2007	2006
Servicios	\$ 9.455.164	\$ 6.242.331
Depreciación y Amortización	7.740.351	5.208.044
Arrendamientos	6.417.510	5.992.159
Personal	4.536.462	5.365.876
Regalías	2.765.246	1.864.934
Otros	2.619.402	1.033.394
Impuestos	882.716	643.045
Leasing	866.887	104.675
Honorarios	<u>179.779</u>	<u>119.552</u>
Total costos de operación	<u>\$ 35.463.517</u>	<u>\$ 26.574.010</u>

El detalle de los gastos de administración y operación es el siguiente:

Personal	\$ 7.999.117	\$ 6.668.753
Servicios	2.475.689	2.109.815
Asesorías	2.147.218	2.614.173
Depreciación y Amortización	1.652.337	1.383.655
Otros	1.324.993	1.704.646
Gastos de viaje	1.308.898	1.152.134
Arrendamientos	655.891	330.160
Impuestos	<u>562.074</u>	<u>275.039</u>

Total gastos de administración y operación	\$ <u>18.126.217</u>	\$ <u>16.238.375</u>
--	----------------------	----------------------

20. OTROS INGRESOS Y EGRESOS NO OPERACIONALES

El siguiente cuadro muestra la composición de los ingresos no operacionales:

Otros ingresos		
Diferencia en cambio (2)	\$ 7.930.347	\$ 5.445.383
Intereses (1)	487.868	-
Contratos forward non delivery	91.315	3.600.983
Recuperaciones	239.209	-
Contratos cuentas en participación	390.661	211.112
Otros	<u>564.869</u>	<u>246.077</u>
Total	\$ <u>9.704.269</u>	\$ <u>9.503.555</u>

(1) Corresponde a la causación de intereses generados por préstamos efectuados a Cafescol S.L. y rendimientos sobre depósitos.

El detalle de los egresos no operacionales para los años 2007 y 2006 es el siguiente:

	2007	2006
Otros egresos		
Diferencia en cambio (2)	\$ 12.631.941	\$ 6.845.014
Intereses (3)	3.573.895	451.842
Provisión contrato arrendamiento	-	375.820
Comisiones	284.809	175.868
Deterioro activos	-	1.472.902
Contratos forwards	-	990.832
Otros	<u>742.629</u>	<u>381.679</u>
Total	\$ <u>17.134.463</u>	\$ <u>10.693.957</u>

(2) Corresponde al ingreso o gasto generados por efecto del comportamiento de la tasa representativa del mercado (TRM) entre la fecha del registro contable de las operaciones y el cierre de cada uno de los meses de 2007.

Las cuentas que son objeto de ajuste por diferencia en cambio corresponden a los bancos, la caja de moneda extranjera, los proveedores que facturan en dólares, el inventario de café de la tienda del muelle internacional del Aeropuerto el Dorado de Bogotá que se adquiere en dólares y obligaciones financieras en moneda extranjera.

(3) Corresponde a intereses causados en el pago de los contratos de arrendamiento financiero (Leasing) e intereses de las obligaciones financieras de la Compañía.

Las cuentas que son objeto de ajuste por diferencia en cambio corresponden a los bancos, la caja de moneda extranjera, los proveedores que facturan en dólares, el inventario de café de la tienda del muelle internacional del Aeropuerto el Dorado de Bogotá que se adquiere en dólares y obligaciones financieras en moneda extranjera.

En lo pertinente a otros egresos no operacionales, se encuentran contabilizados conceptos como gastos financieros, intereses, contribución sobre movimientos financieros, impuestos asumidos y comisiones, luego de ser afectados por el proceso de eliminación de operaciones recíprocas. Los saldos a 31 de diciembre de 2006, los rubros más representativos son: Diferencia en cambio \$6.845.014, provisión por terminación del contrato de arrendamiento de una de las tiendas terminadas en Seattle \$375.820, Pérdida por deterioro en los activos de larga duración de NFCGC por \$1.472.902 y contratos forward \$990.832.

21. CORRECCIÓN MONETARIA - NETA

El sistema de ajustes integrales por inflación para efectos contables, se basa y aplica sobre las cifras y valores que deben figurar en la contabilidad, de acuerdo con la técnica contable. El índice utilizado para el ajuste del año 2006 es el PAAG (Porcentaje de Ajuste por el Año Gravable) mensual, el cual es similar a la variación porcentual del índice de precios al consumidor elaborado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, registrado en el mes inmediatamente anterior al del ajuste. A partir de enero 1 de 2007 la práctica de ajustes por inflación fue eliminada de acuerdo con la ley. (Ver Nota 1). El valor neto a 31 de diciembre de 2006 fue de \$(808.116), como un mayor gasto.

22. CUENTAS DE ORDEN

	2007	2006
Deudoras fiscales:		
Perdidas fiscales por amortizar	\$ 8.597.043	\$ 3.042.035
Exceso de renta presuntiva	905.755	906.863
Deudoras de control:		
Bienes recibidos en leasing	308.973	294.013
Bienes en fideicomiso	<u>1.498.106</u>	<u>561.077</u>
Total deudoras	<u>\$ 11.309.877</u>	<u>\$ 4.803.988</u>
Responsabilidades contingentes		
Litigios y/o demandas (Nota 23)	\$ 53.700	\$ 53.700
Otras responsabilidades (1)	12.107.792	-
Acreedoras fiscales:		
Dif. entre pérdida contable y fiscal	4.694.814	1.687.504

Dif. entre patrimonio contable y fiscal	646.301	571.889
Acreeedoras de control:		
Contratos leasing	<u>2.240.533</u>	<u>2.580.392</u>
Total acreedoras	<u>\$ 19.743.139</u>	<u>\$ 4.893.485</u>

(1) Corresponde a la obligación futura de los contratos de arrendamiento firmados para la operación de tiendas.

23. COMPROMISOS Y CONTINGENCIAS

- La Compañía mantuvo el contrato de licencia de uso de marca No. 156 de 2004, suscrito con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como administradora del Fondo Nacional del Café por uso y utilización de la marca Juan Valdez en el cual se compromete a pagar el 5,4% del total de las ventas brutas mensuales, el cual se liquidó con fecha 31 de julio de 2007, suscribiendo nuevos contratos con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como administradora del Fondo Nacional del Café por uso y utilización de la marca Juan Valdez durante el 2007 así, así:
 - Contrato de licencia de uso de marca No. 413 de 2006, vigente por 10 años, el cual se compromete a pagar el 3,3% del total de las ventas brutas mensuales del café liofilizado Buendía by Juan Valdez.
 - Contrato de licencia de uso de marca No. 414 de 2006, vigente por 10 años, el cual se compromete a pagar el 5,4% del total de las ventas brutas mensuales de bebidas lácteas.
 - Contrato de licencia de uso de marca No. 328 de 2007, vigente por 15 años, el cual se compromete a pagar el 4,4% del total de las ventas brutas mensuales del canal de tiendas.
 - Contrato de licencia de uso de marca No. 329 de 2007, vigente por 15 años, el cual se compromete a pagar el 4,4% del total de las ventas brutas mensuales del canal Retail.
 - Contrato de licencia de uso de marca No. 089 de 2007, vigente por 15 años, el cual se compromete a pagar el 5,5% del total de las ventas brutas mensuales del canal Institucional.
- A 31 de diciembre de 2007, la Compañía enfrenta tres (3) acciones populares cuyas probabilidades de fallo en contra son remotas, el valor registrado por esta contingencia es de \$53.700 (Ver Nota 22).
- La filial en Estados Unidos, NFCGC Investments, Inc., alquila tiendas y espacios de oficina bajo contratos de arrendamiento operativo que se vencen hasta el año 2024. La mayoría de

los contratos de arrendamiento, contienen opciones de renovación y cláusulas de reajuste del alquiler. Ciertos contratos de arrendamiento estipulan alquileres contingentes dependiendo de las ventas brutas.

Los montos futuros a pagar son los siguientes:

US

2008	\$	1.343.000
2009		1.318.000
2010		1.268.000
2011 y siguientes		<u>11.758.500</u>
Total	\$	<u>15.687.500</u>

- Compromisos de futuras capitalizaciones en Promotora Chilena de Café Colombia S.A.: (En pesos Chilenos)

Aportes	28-Feb-2008	28-Feb-2009	Total
Procafecol	\$ 296.800.000	\$ 166.950.000	\$ 463.750.000
Falabella	<u>551.200.000</u>	<u>310.050.000</u>	<u>861.250.000</u>
Total	<u>\$ 848.000.000</u>	<u>\$ 477.000.000</u>	<u>\$ 1.325.000.000</u>

- Compromisos futuros de capitalización en Cafescol Tiendas SL: (En Euros)

Aportes	Agosto 2008	Agosto 2009	Agosto 2010	Total
Procafecol	\$ 333.333,33	\$ 666.666,67	\$ 59.604,67	\$ 1.059,604,67
CBG	<u>1.000.000,00</u>	<u>2.000.000,00</u>	<u>178.814,04</u>	<u>3.178.814,04</u>
Total	<u>\$ 1.333.333,33</u>	<u>\$ 2.666.666,67</u>	<u>\$ 238.418,71</u>	<u>\$ 4.238.418,71</u>

- El 19 de junio de 2007 se firmó un acuerdo con la Corporación Financiera Internacional (International Finance Corporation – IFC) para la suscripción de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto de la compañía. Inversión que asciende a veinte millones de dólares de los Estados Unidos de América (USD\$20.000.000) tendiente a lograr la expansión internacional de la Compañía. Durante el primer trimestre de 2008 la administración deberá convocar a reunión extraordinaria de la asamblea general de accionistas a fin de que se aumente el capital autorizado de la sociedad y contar con el cupo requerido para la emisión de los mencionados títulos y posteriormente la junta directiva considerará el reglamento a través del cual IFC suscribirá las acciones que le serán ofrecidas.

- Actualmente la Compañía tiene suscritos contratos de arrendamiento de una bodega y varios locales comerciales para funcionamiento de las tiendas en diferentes ciudades con plazos que oscilan entre dos y cinco años prorrogables cuando se estime conveniente. El detalle de los montos estimados a pagar se indica a continuación atendiendo la vigencia de cada contrato:

2008	\$	4.231.146
2009		4.421.548
2010		<u>4.620.518</u>
Total	\$	<u>13.273.212</u>
