

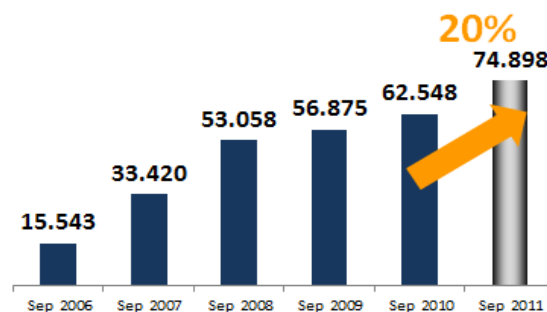
Procafecol S.A. cerró el tercer trimestre de 2011 con resultados positivos

- Los ingresos operacionales de la compañía presentaron una evolución positiva con un crecimiento del 20%.
- Al cierre del tercer trimestre, Procafecol S.A había acumulado una utilidad bruta superior en 17 % respecto al año anterior.
- El EBITDA acumulado de la Compañía alcanzó los 7.778 millones de pesos, un crecimiento del 58%.
- Sobresalen los nuevos negocios y la firma de la primera franquicia internacional en el exterior.

Bogotá D.C., 27 de octubre de 2011 – Procafecol S.A., la firma que gestiona la expansión comercial de la marca Juan Valdez en el país y en el exterior, registró al cierre del tercer trimestre exitosos resultados en todos los indicadores acumulados. Esta buena noticia, se suma una lista de alianzas y lanzamientos de productos que al cierre de este periodo le dieron a la Compañía un impulso adicional para continuar su tendencia positiva con un crecimiento próspero y rentable.

Al cierre del noveno mes del año los ingresos operacionales acumulados de la Compañía presentaron una evolución positiva, alcanzando los \$74.898 MM, un crecimiento del 20% respecto a lo registrado en el mismo periodo del año anterior.

INGRESOS PROCAFECOL S.A
Información en Millones de Pesos (\$MM)
Grafica 1.1





Estos resultados cobran especial importancia si se tiene en cuenta que al acumular el crecimiento de los dos últimos años, los ingresos operacionales de la Compañía han aumentado un 32%, evolución que en buena parte se atribuye a la apertura de nuevas tiendas Juan Valdez Café, a los nuevos negocios del canal institucional y al crecimiento en participación de las ventas dentro de la categoría de café premium en las grandes superficies del país.

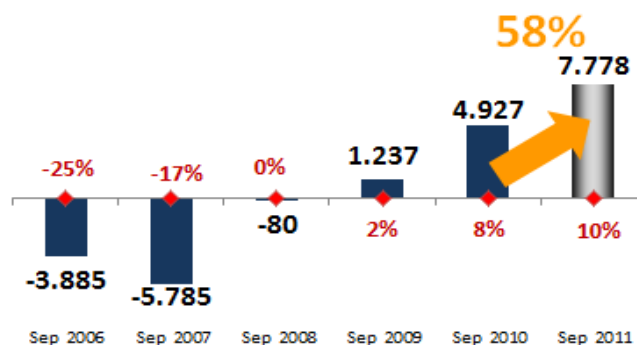
Al cierre del tercer trimestre, la compañía había acumulado una utilidad bruta superior en 17% respecto al año anterior. Este porcentaje, representado en un aumento acumulado de \$6.233 MM con respecto al mismo periodo del año anterior, se deriva principalmente del esfuerzo por lograr mayores eficiencias en costos, gastos y en ahorros importantes en los gastos operacionales.

Este último indicador, los gastos operacionales acumulados, continuó su tendencia a la baja al cierre de septiembre de 2011 donde alcanzó una participación del 41% sobre el total de los ingresos de Procafécol y una reducción del 5% comparado con el mismo periodo de 2010.

Todos los indicadores ya mencionados, aportaron a los resultados del EBITDA (Utilidad antes de impuestos, intereses, depreciación y amortización), que acumulado al cierre del septiembre alcanzó la suma de \$7.778 MM; un crecimiento del 58% respecto al mismo periodo del año anterior; y un crecimiento del 528% en dos años.

La gráfica 1.2 presenta la tendencia del EBITDA acumulado al mes de septiembre de cada año de operación desde 2006.

EBITDA PROCAFECOL S.A
Información en Millones de Pesos (\$MM)
Gráfica 1.2





Adicionalmente, la Compañía continúa generando regalías por el uso de marca Juan Valdez® al Fondo Nacional del Café; que contribuyen a financiar los diferentes programas sociales ejecutados por la Federación de Cafeteros. Desde su creación, Procafécol y sus subsidiarias han generado cerca de 22.000 millones de pesos en regalías.

En línea con los objetivos de Procafécol, orientados a lograr una expansión rentable y sostenible, con propuestas innovadoras, sobresalen los nuevos negocios celebrados por la Compañía al cierre del tercer trimestre del año en los que se destacan el lanzamiento del Juan Valdez® -Café Latte- Alpina® y el anuncio de la primera franquicia internacional para los mercados de Aruba y Panamá otorgada a la compañía JV Panamá S.A., grupo empresarial con gran experiencia en el sector de alimentos, marcaron la gestión del último periodo y fueron definitivas en el logro de los resultados aquí presentados.

De acuerdo con Hernán Méndez, Presidente de Procafécol, “estos resultados nos dejan optimistas; estamos convencidos de que una gestión cuidadosa y a una visión global del negocio son el ingrediente más importante para continuar cosechando resultados positivos. Cerramos este trimestre con nuevos aliados que serán la clave para seguir el crecimiento exitoso en la operación, lo cual abre una nueva puerta a nuestro plan para conquistar nuevas ocasiones de consumo.” sostuvo el directivo.

Acerca de la marca Juan Valdez®

En 2002 la Federación Nacional de Cafeteros creó la marca Juan Valdez® para sus tiendas de café, nombradas así por el ícono que durante 50 años ha representado al Café de Colombia. Años más tarde, tras la popularidad y aceptación de la marca en tiendas y en los productos que llevan su nombre, se dio inicio a la distribución de los productos Juan Valdez® en otros canales de distribución del mercado colombiano e internacional. Los cafés de Juan Valdez® son sinónimo de alta calidad para los consumidores de café premium colombiano y aseguran una transferencia de mayor valor a los productores que los producen. www.juanvaldezcafe.com