**TALLER DE AUDITORÍA JUAN VALDEZ.**

Corporación Universitaria Adventista.

Teoría de Control y Auditoría.



Hellen Margarita Castellar Castillo.

Paola Andrea Monsalve Blanco.

Danna Valentina Garzón Beltrán.

Mg. Marie Claire Cáceres.

Medellín, Colombia.

2024.

|  |  |
| --- | --- |
| **ESTUDIANTES** | Hellen Margarita Castellar Castillo. |
| Paola Andrea Monsalve Blanco. |
| Danna Valentina Garzón Beltrán. |
| **FECHA DE ENTREGA** | 18/04/24 |

**ASIGNATURA: TEORÍA DE CONTROL Y AUDITORÍA.**

Contenido

[1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA. 3](#_Toc164349732)

[Nombre de la empresa. 3](#_Toc164349733)

[Sector al que pertenece. 3](#_Toc164349734)

[Sede Principal. 3](#_Toc164349735)

[Sitio Web. 3](#_Toc164349736)

[Sucursales. 3](#_Toc164349737)

[Colaboradores. 4](#_Toc164349738)

[2. PROPÓSITO DE LA EMPRESA. 4](#_Toc164349739)

[Fundador, fecha y lugar de fundación. 4](#_Toc164349740)

[Propósito (Misión, Visión, etc). 5](#_Toc164349741)

[Compromisos/promesas (valores). 5](#_Toc164349742)

[Clientes. 5](#_Toc164349743)

[Canales de servicio. 6](#_Toc164349744)

[BIBLIOGRAFÍA. 8](#_Toc164349745)

# INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.

## Nombre de la empresa.

Juan Valdez.

## Sector al que pertenece.

Juan Valdez es una marca que hace parte de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) y opera en el sector agrícola, específicamente en la producción y comercialización de café de alta calidad (Alvarado, s.f).

## Sede Principal.

El 14 de diciembre del 2002, abre sus puertas la primera tienda Juan Valdez en el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá.

## Sitio Web.

<https://juanvaldez.com/>

<https://www.tiendajuanvaldez.com/>

## Sucursales.

Contamos actualmente con 335 tiendas en Colombia, 133 tiendas internacionales y tenemos presencia en 33 mercados internacionales.

* Apartado-Antioquia. - Barrancabermeja. - Armenia.
* Bello-Antioquia. - Bogotá. - Barranquilla.
* Bucaramanga. - Cajicá. - Cali.
* Cartagena. - Cartago(valle). - Chía.
* Cúcuta. - Envigado (Antioquia). -Florencia.
* Floridablanca. – Fusagasugá. – Girardot.
* Ibagué. – Ipiales (Nariño). – Itagüí (Antioquia).
* La ceja (Antioquia). – Medellín. – Manizales.
* Montería. – Mosquera. – Neiva.
* Palmira. - San Andrés. - San gil (Santander).
* Pasto. – Pereira. - Santa Martha.
* Pitalito (Huila). – Popayán. – Riohacha.
* Sincelejo. - Rionegro (Antioquia). – Soacha.
* Soledad (Atlántico). - Tuluá (Valle). - Turbaco (Bolívar).
* Villavicencio. – Tunja. – Valledupar.
* Zipaquirá. – Yopal. – Argentina.
* Canadá. – Turquía. – Estambul.

**Principales productos.**

* **Venta de insumo:** Para la preparación de bebidas a base de café en los productos de línea de Juan Valdez: Café Origen, Línea Premium, Cafés Especiales, Liofilizados, Cápsulas y Drips. También proveemos snacks Juan Valdez y kits regalables.
* **Artículos de marca:** Variedad de productos para los verdaderos amantes del café. Encuentra ropa, termos, pines, mugs, métodos de preparación, vajillas y mucho más, para acompañar tus mejores momentos con el café de todo un país.
* **Barras:** Disfruta la experiencia de nuestras tiendas Juan Valdez dentro de tu oficina o establecimiento, con todas nuestras bebidas de café a base de espresso, bebidas frías y pastelería.
* **Máquinas vending:** A través de esta unidad de negocio, llevamos la experiencia del café premium colombiano Juan Valdez, a cada una de las organizaciones que nos dan la oportunidad de brindarles más de 22 bebidas diferentes, teniendo como insumo principal nuestro café premium y bebidas como Té, Té Matcha y Chocolate. Operado 100% por Juan Valdez.

## Colaboradores.

2.500 colaboradores.

# PROPÓSITO DE LA EMPRESA.

## Fundador, fecha y lugar de fundación.

Procafecol S.A es la empresa de la Federación Nacional de Cafeteros encargada de promover el consumo de Café Premium 100% colombiano a través de la marca Juan Valdez Café alrededor del mundo. Su personaje fue creado por la agencia Doyle Dane Bernbach (DDB) por encargo de la Federación Nacional de Cafeteros en el año 1959 para representar la dedicación de los más de 500.000 cafeteros colombianos y sus familias quienes han dedicado su vida al cultivo y cuidado del grano. Fue el 14 de diciembre del 2002, que la marca Juan Valdez abrió su primera tienda en el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá.

## Propósito (Misión, Visión, etc).

**Misión**: Cautivamos al mundo con los cafés Premium de Colombia generando valor a los caficultores colombianos**.**

**Visión:** Ser la marca colombiana más reconocida en el mundo, por su crecimiento saludable y su impacto sostenible.

## Compromisos/promesas (valores).

**Promesa de Valor**: Generamos emociones, bienestar y satisfacción alrededor del mejor café de Colombia.

**Colombianidad:** Más allá de ser o no ser colombiano, es la identidad y el orgullo de creer y vivir los elementos más positivos que caracterizan a los colombianos; pasión por lo que hacemos, amabilidad, espontaneidad y sinceridad, hospitalidad, creatividad, empuje y trabajo duro.

**Integridad**: Encaminar todas nuestras acciones apegadas a la honestidad, la verdad, la justicia y la cooperación, tanto en el trato para con los demás como con nosotros mismos. Es hacer lo correcto, aun sin que nadie nos vea, y no hacer lo incorrecto así todo el mundo lo haga,

**Servicio**: Una actitud permanente de colaboración, buscando oportunidades para crear momentos memorables que alegren la vida de otras personas. En Juan Valdez Café el servicio se expresa a través de la calidad, la experiencia y la conexión con nuestro propósito.

## Clientes.

1. **Consumidores de Café:** Este es el público principal al que Juan Valdez se dirige. Los consumidores de café son aquellos que disfrutan y compran café regularmente, ya sea en forma de granos, café molido o bebidas preparadas en las tiendas de Juan Valdez.
2. **Amantes del Café de Origen:** Juan Valdez atrae a aquellos que buscan café de origen único y autenticidad en sus tazas de café. Este público aprecia los sabores y aromas únicos asociados con el café colombiano.
3. **Clientes de Cafeterías y Tiendas de Juan Valdez:** Las personas que visitan las cafeterías y tiendas de Juan Valdez para disfrutar de una taza de café o comprar productos relacionados con el café son un público importante. La experiencia que brindan estas ubicaciones es fundamental para atraer y retener a estos clientes.
4. **Clientes en Línea:** Los clientes que compran café colombiano de Juan Valdez a través de su sitio web y plataforma de comercio electrónico también son parte de su público directo. La estrategia en línea es esencial para llegar a este grupo.
5. **Compradores de Productos Relacionados con el Café:** Juan Valdez vende una variedad de productos relacionados con el café, como tazas, métodos de preparación y libros. Aquellos que compran estos productos son parte de su público directo.
6. **Consumidores de Café Sostenible:** Las personas que valoran la sostenibilidad y el comercio justo en la producción de café son un público importante para Juan Valdez, ya que la marca se ha comprometido con estas prácticas.
7. **Agricultores Colombianos:** Aunque no son consumidores en el sentido tradicional, los agricultores colombianos que cultivan el café de Juan Valdez también son parte de su público directo. La marca trabaja en colaboración con estos agricultores para asegurar la calidad y sostenibilidad del café.
8. **Apreciadores de la Cultura Cafetera:** Aquellas personas que aprecian la cultura cafetera colombiana y su rica historia son un público directo de Juan Valdez. La marca promueve la cultura del café a través de sus esfuerzos de marketing y educación.

## Canales de servicio.

**Canales propios**: A través de las tiendas Juan Valdez.

**Supermercados:** Con pequeños formatos de tiendas en algunos puntos de venta y presencia de producto empacado. Un ejemplo es la alianza con Makro para la venta de su café.

**Canal tradicional:** Presencia en tiendas de barrio.

**Canal institucional:** En donde cuentan máquinas dispensadoras y barras de café, y en hoteles.

**Comercio electrónico:** Cuentan con su propia aplicación y ventas a través de marketplaces como Amazon.

# BIBLIOGRAFÍA.

Alvarado, J. (s.f). RELACION CAUSA EFECTO DE LA LLEGADA DE STARBUCKS AL MERCADO COLOMBIANO Y EN SU COMPETENCIA CON JUAN VALDEZ. <https://n9.cl/cxw8q>

<https://juanvaldez.com/inclusion-laboral/>

<http://juanvaldezblog.blogspot.com/2017/11/estructura-organizacional.html>

<https://juanvaldez.com/amigosjuanvaldez/sobre-el-programa/>

<https://juanvaldez.com/amigosjuanvaldez/listado-de-tiendas/>

<https://juanvaldez.com/quienes-somos/>

<https://www.tiendajuanvaldez.com/>

<https://juanvaldez.com/organigrama-2/>