

CASO PDG1

PRESENTADO POR:

DANIELGONZÁLEZ EDERY

TUTOR:

LUIGI CORBELLETTA

CASO COMESTIBLES ALDOR SA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CALI, COLOMBIA

2014

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen	3
2. Introducción	4
3. Comienzos de Aldor:.....	5
4. Biografía de Don Raif Aljure:	6
5. Historia.....	9
6. Ventajas competitivas	15
7. Referencias	16

RESUMEN

El departamento del Valle Del Cauca, es uno de los 32 departamentos de Colombia y está situado en el Suroccidente del País. En este lugar el emprendimiento, el dinamismo y la innovación, han sido factores claves para el desarrollo de la región. Importantes empresas del País, que incluso hoy son multinacionales nacieron en este prospero departamento. Trayendo desarrollo económico y progreso sus habitantes.

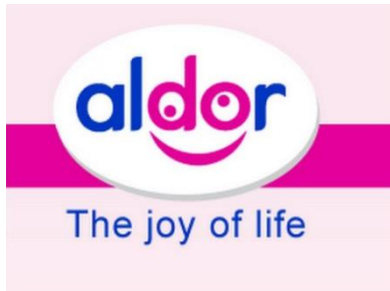
Un claro ejemplo empresarial en la región, es “*Comestibles Aldor Sa*”. Una empresa innovadora, con una visión clara, propensa al cambio y a la inversión en tecnología, atributos que hicieron de esta una empresa exitosa y perdurable en el tiempo. Trayendo dinamismo y progreso a la región. Pero no solo a nivel local. La visión de esta empresa hizo que poco a poco se expandiera, hasta el punto de endulzar a poco más de 65 países en todo el mundo con sus productos. Asimismo de contar con una moderna planta que opera en Johannesburgo, Sudáfrica para suplir los mercados de Europa y Asia. Por lo anterior , es una empresa que merece ser estudiada, para determinar los factores de éxito de la misma y obtener lecciones aprendidas.

INTRODUCCIÓN:

Comestibles Aldor S.A. es una de las organizaciones del Valle del Cauca, que más se destaca por su rápido crecimiento y expansión. Nació hace tan solo 23 años (1991), como una empresa familiar y con una mentalidad exportadora. Don Raif Aljure hijo de inmigrantes libaneses fue su gestor. El cual no solo la creó sino que fue participe e impulsador del crecimiento de la compañía. Hasta el punto de exportar actualmente a más de 65 países en Norte, Centro y Sur América, África, Europa, y Asia. Generando más de 1000 empleos directos a nivel nacional e internacional.

Por esto, en el siguiente caso se relatará la historia de esta compañía, desde su nacimiento y como poco a poco fue creciendo. Narrando tanto los aciertos como inconvenientes que se presentaron en el camino. Enfatizando sobre todo, en aquellos factores competitivos que hicieron de esta, una empresa exitosa, y perdurable en el tiempo.

COMIENZOS DE ALDOR



La historia de Comestibles Aldor S.A. empezó en el año 1991 en la ciudad de Cali, Colombia. En manos de la Familia Aljure Dorronsoro y en especial a cargo de Don Raif Aljure. La compañía recibe este nombre en honor a los apellidos de las dos familias. Con las siglas AL de Aljure y DOR por Dorronsoro.

La idea de crear esta empresa, surgió un día en una conversación casual, entre Don Raif Aljure y un amigo suyo llamado Carlos Ignacio González. Quien tenía una pequeña fábrica de chocolates que había comprado recientemente. Él le contó a Don Raif cómo le estaba yendo de bien y de lo contento que estaba en este nuevo negocio. En este momento, el bombillo del emprendimiento dentro de la cabeza de Don Raif se encendió y fui ahí, cuando pensó por primera vez montar una fábrica de dulces.

Después de aquel día, Don Raif empezó un largo proceso de investigación y exploración de esta nueva idea. Para después de varios meses darse cuenta de que existían varias ventajas comparativas para empezar este este nuevo proyecto. Como la accesibilidad, excelente calidad y bajo costo de las materias primas, alta demanda de dulces por parte de los consumidores, y pocas firmas nacionales que existían en el momento en Colombia. Por esta razón Don Raif que era un hombre demasiado emprendedor, en un tiempo muy corto, le da alas a esta idea. Con ayuda de su familia e inversión propia Aldor es creada e inicia operaciones en Febrero de 1991.

DON RAIF ALJURE



Raif Aljure nació en el año de 1930 en la ciudad de Cali. Su padre Emilio Aljure, llegó desde el Líbano por primera vez a Colombia alrededor de 1925. En busca de mejores oportunidades comerciales. Debido a que en aquel entonces, los territorios del Líbano y Siria se encontraban

sumergidos en graves problemas económicos y guerras civiles.

Don Emilio al llegar a nuestro país, se enamoró de esta tierra tan hermosa. Además, identificó diversas oportunidades de negocios en la región del Valle del Cauca. Así entonces, arriesgándolo todo, este hombre tomó la decisión volver una segunda vez a Colombia. Pero esta vez, junto con su esposa Rosa Zarzur, para establecerse definitivamente con su familia en el puerto del pacífico de Buenaventura. Después de cinco años, debido a problemas económicos, la familia Aljure Zarzur se trasladó a Tuluá donde abrieron una pequeña tienda de variedades. Fue en esta ciudad donde entonces, Raif Aljure creció y pasó la mayoría de su infancia y adolescencia. Estudiando en el Colegio “Sagrado Corazón de Jesús”, un colegio católico de la ciudad. Posteriormente, al terminar el colegio, comenzó sus estudios universitarios en química pura. En la Universidad Nacional de Colombia de Palmira. En donde siempre fue un estudiante

destacado por su inteligencia y sus méritos académicos, a tal punto de que se ganó una beca para terminar sus estudios en la universidad de Cincinnati en Estados Unidos. Ahí, Raif adquirió mayor independencia y “vivió una experiencia demasiado enriquecedora” (Aljure, 2014) como el mismo lo describe. Al finalizar sus estudios Don Raif retorna a Colombia y se establece definitivamente en la ciudad de Cali.

Tras su llegada a esta ciudad, Raif creó una empresa de curtiembres junto con un vecino y amigo de la infancia. Sin embargo la empresa se quebró por la inexperiencia de ambos socios y por dificultades personales entre ellos. No obstante, Don Raif nunca se rindió. Poco después de haberse quebrado, reunió nuevamente capital y fundó la empresa Plasticel Sa, La cual producía empaques y bolsas plásticas. Los primeros años fueron muy duros pero poco a poco el negocio fue creciendo y saliendo adelante. Hasta convertirse en lo que es ahora. Una empresa reconocida en el sector. La cual diseña y elabora empaques flexibles de alta calidad a empresas nacionales y extranjeras.

En cuanto a su vida personal, Don Raif es padre de cuatro hijos. Tres hombres y una mujer. De los cuales, los dos hombres son directivos en dos de las tres empresas. Leonardo Aljure, es el actual presidente de Aldor y Rafael Aljure, gerente general de *Plásticos especiales Sa* (Plasticel). Actualmente Don Raif, es abuelo y tiene en total 9 nietos. A los cuales, espera ansioso verlos crecer para que algún día, sean parte de ese sueño que él, una vez comenzó.

En cuanto a los rasgos de personalidad de Don Raif, este se caracterizó por ser un hombre inteligente y emprendedor. Un hombre supremamente apasionado por el trabajo. Un visionario y un gran líder. Un jefe ejemplar y un negociante innato. Un excelente padre y abuelo. Un jugador de golf ajedrecista frustrado.

HISTORIA

En sus inicios, la compañía nació con una capacidad inicial de producción de 5 toneladas diarias de chupetas y caramelos duros. Lo cual era considerado una enorme cantidad para empezar, sin embargo, Don Raif quiso arriesgarse y comenzar a lo grande desde el principio. Con el privilegio de ser una industria integrada, al ser capaz de producir el 80% de su propio material de empaque en su empresa hermana Plásticos Especiales S.A. empresa fundada en 1983 por la misma familia.

Tan solo dos años después de ser fundada, decide empezar a exportar. Por lo que ve en países vecinos oportunidades de venta y futuros clientes a quienes venderles. Esta visión exportadora hizo que la compañía estudiara cuidadosamente las necesidades de los consumidores de mercados vecinos. Los resultados de esta exploración mostraron buenas oportunidades dentro de este mercado de caramelos duros y chupetas en países vecinos. Por lo que se comienza a exportar a Panamá, Ecuador y Haití a precios competitivos. Logrando penetrar estos mercados y aumentar significativamente su volumen de ventas.

En el año de 1995, la compañía busca darse a conocer aún más en el mercado internacional. Participando por primera vez en ferias de talla mundial como: All Candy Expo - Chicago, ISM – Alemania, Confitexpo- México, entre otras. Logrando por medio de estas participaciones, entrar a nuevos mercados como República Dominicana, Costa Rica, Estados Unidos, Chile y Bolivia. Igualmente en este periodo de tiempo, la compañía hace significativas inversiones en tecnología, adquiriendo modernas máquinas de origen europeo para aumentar la capacidad de producción y optimizar procesos. Con esto, La calidad y la capacidad aumentaron a 25 Toneladas/día.

En 1997 Aldor crea la línea de chupetas de yogurt a la marca Helachup, que años después se convertiría en yogueta. Innovando con este nuevo sabor introducido por primera vez en

Colombia y ganando participación en el mercado. A finales los 90's, ALDOR participa más agresivamente como expositor en varias ferias internacionales, logrando vender sus productos en más de 30 países. Además, adquiere nuevas líneas de producción aumentando su capacidad de 25 a 50 Toneladas al día.

Más tarde, en el comienzo del milenio, año 2000. La compañía alcanza una increíble capacidad de producción de: 2000 toneladas mensuales, exportando el 70% de las ventas totales a más de 40 países principalmente Norte, Centro y Suramérica. Además de Europa del este y países Árabes. En esta primera etapa de la compañía, Aldor crece rápidamente básicamente con varios objetivos: En primer lugar, logró identificar oportunidades de venta en otros países, lo que los llevo a exportar grandes cantidades y dar a conocer la marca a nivel internacional. En segundo lugar aprovechó oportunamente, las ventajas competitivas en costos de mano de obra, energía y precios de las materias primas principalmente el azúcar.

Luego en 2001 sucede un acontecimiento sin precedentes para Aldor y para toda la industria confitera nacional, en este año, nace por primera vez, el producto estrella de la compañía, la línea de Yogueta la cual es en esencia, una chupeta con sabor a yogurt y relleno blando, convirtiendose rápidamente en líder en el mercado local en su categoría y con fuerte presencia internacional. Para este proyecto se requirió una gran inversión de capital. Pero gracias a esto, lograron incrementar las ventas en más de un 50% en el mercado nacional. Como afirma Germán Velásquez, gerente de mercadeo de Chocolates Triunfo. "La compañía fenómeno en Colombia es Aldor, ha multiplicado sus ventas con un solo producto" (Velasquez, 2007).



Planta de producción de Aldor, Acopi-Yumbo (Fotografía), año 2011.

Para El año 2002 se ve la necesidad de realizar una nueva ampliación de la planta, por lo que se empezó a construir nueva planta de producción en el mismo terreno ubicado en la vía a Yumbo Siendo esta, mucho más espaciosa y moderna, con un área total de 28.000 metros cuadrados. Un año después la compañía crea la marca PIN POP. Una chupeta con relleno de chicle. Con la cual la compañía aumenta su participación en el mercado y empieza a competir en este segmento.



Después ya en 2004, En el mes de Junio Aldor se traslada a la nueva planta, de producción. Incrementando su capacidad productiva en un 50% y alcanzando una producción de 160 toneladas al día. En este mismo mes se lanza al mercado la línea de chupetas: PIN POP transfer (chupeta de dos sabores con relleno liquido), logrando multiplicar 8 veces las ventas de la empresa en esta categoría.



En el periodo comprendido de 2006 – 2009: Se crearon nuevas categorías de productos tales como: Chicles sin azúcar, Chicles Bomba y Caramelos Masticables. Además, como parte de la estrategia de expansión, ALDOR firmó alianzas con grandes compañías multinacionales tales como Ambrosoli en Chile, para ayudar así, a incrementar su distribución en dicho país. Recientemente, y gracias a sus altos estándares de calidad, se empezó a manufacturar para Cadbury-Adams y Nestlé. Además la compañía comienza a producir una nueva línea de productos, bajo el nombre de BIAGI nace un caramelo semiduro en presentación de sabor a café y caramelo.



Planta de producción de Johannesburgo, Sudáfrica (Fotografía), año 2011.

En 2010 Se toma la decisión de crear una planta o centro de producción en Johannesburgo, Sudáfrica. Debido a que ya se venía exportando grandes cantidades de dulces hacia África y

Asia. Teniendo muy buena receptividad y demanda por parte de los consumidores, pero con el problema de que los tiempos de entrega eran demasiado demorados, pues se realizaban vía marítima y demoraban alrededor de tres meses para llegar al destino final. Además que el producto no llegaba con la misma frescura y calidad por el demorado tiempo de entrega.

Por lo anterior se abre la planta de Johannesburgo, que buscaba atender un 30% de las exportaciones a toda la región de África subsahariana, Europa y Asia. Conformada principalmente por dos líneas de Chupetes que producían 23 toneladas al día. De este modo, la compañía se consolida como marca líder en la Categoría de Chupetes en este país, bajo las Marcas Yogueta y PINPOP. Con Esta nueva planta, se generaron en ese momento más de 180 empleos directos.

Encontrando grandes ventajas competitivas como lo afirma Hernán Herrera, “Sudáfrica tiene una ventaja muy grande y es que el Gobierno regula el precio durante todo un año, eso nos da margen para planear con más eficiencia la producción de 200 toneladas mensuales de chupetas” (LLano, 2011) Haciendo que el negocio sea prospero en este país y óptimo para producir.



Un año después, en 2011 Aldor compra a la compañía Nacional de Chocolates la marca “Frunas”. Una de las marcas más reconocida y apreciada por los Colombianos. Después de meses de arduas

negociaciones, se logra llegar a una negociación. Adquiriendo la marca al pagar una suma total de US\$5 millones. Con la cual Aldor logra liderar en este segmento frente a la competencia.

Como dice Leonardo Aljure, Actual presidente de Aldor, “No hay colombiano que no conozca

las Frunas y que no las haya probado” (Aljure L. , 2014) son una marca de total tradición y por eso la compañía conserva toda la esencia, sabor y tradición. Sin embargo, Al comprar la marca Frunas la compañía traslada las operaciones a la planta de Acopi Yumbo. En donde se decide transformar una de las bodegas de almacenamiento, para construir una moderna planta de producción de este caramelo blando.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Son varias las ventajas competitivas que diferenciaron a esta compañía de las demás y la hicieron realmente exitosa. Hasta tal punto de convertirla en una de las líder en el mercado. En primera instancia, está la cultura exportadora con la que nació Aldor. La cual Identificó necesidades en los consumidores de otros países, y logró convertirlas en oportunidades de negocio. Este espíritu exportador, se basó principalmente en la flexibilidad para adaptarse diversas culturas. Además de una constante innovación de su portafolio de productos.



Otro factor diferenciador determinante en el desarrollo de esta compañía fue su inversión en tecnología. Desde sus inicios, siempre importó la mejor maquinaria para optimizar sus procesos. Máquinas que no se consiguen en el País y que fueron importadas desde Alemania y Estados Unidos. Invirtiendo grandes sumas de dinero, pero viendo resultados notables en el aumento de su producción. Logrando exportar mayores cantidades y permitiéndole a la empresa crecer rápidamente.

Finalmente, la innovación fue una característica primordial del éxito empresarial de Aldor. El innovar y ofrecer productos diferentes a los de la competencia hizo que esta empresa creciera y que poco a poco tuviera más participación en el mercado nacional e internacional. Por lo que sus procesos de desarrollo e investigación son esenciales para la creación de nuevos productos.

REFERENCIAS

Aldor. La compañía colombiana que logró endulzar 65 países:. (s.f.).

Aljure, L. (22 de 10 de 2014). Entrevista. (D. G. Edery, Entrevistador)

Aljure, R. (16 de 10 de 2014). Experiencia. (D. G. Edery, Entrevistador)

LLano, R. M. (2011). Aldor la compañía colombiana que logró endulzar 65 países. *Dinero*, 1-3.

CASO PDG2

PRESENTADO POR:

DANIELGONZÁLEZ EDERY

TUTOR:

LUIGI CORBELLETTA

CASO BURTTONS SAS

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CALI, COLOMBIA

2014

Para hablar de la historia de Burttos primero es necesario hablar un poco de la vida de Don Eduardo Ederly su fundador y dueño. Don Eduardo, trabajo toda su vida en la industria de confecciones. Tras graduarse del colegio en 1952, prestó el servicio militar obligatorio en la base área “Marco Fidel Suarez” de la ciudad de Cali. Al cumplirse el año de servicio obligatorio (1953), Don Eduardo decidió incorporarse al programa de formación de los futuros oficiales de la Fuerza aérea que tenía una duración de cuatro años. Aquí logro obtener el grado de “Alferez” tras tres años de servicio, pero estaba cansado y decidió entonces desvincularse de la fuerza aérea de manera definitiva en diciembre de 1956.

Al salir de este proceso consiguió un trabajo en una fábrica de confecciones llamada “Mcgregor” en la ciudad de Bogotá. La cual era una filial Estadunidense que producía y vendía camisas de manga corta y de manga larga. Don Eduardo Empezó desde muy abajo, empackando, marcando y enzunchando cajas en el área de bodega. En este cargo duró aproximadamente unos cinco meses trabajando arduamente. Pero al finalizar el año, durante el mes de diciembre su jefe que era el encargado de bodega, renunció dejando una vacante libre en la compañía. Como este mes es uno de más trabajo para la compañía y al no contar con tiempo para encontrar una persona con experiencia en tan poco tiempo, Don Eduardo fue elegido como el nuevo jefe de bodega.

En este nuevo cargo sus funciones eran separar y encargarse de los despachos de bodega. Además de recibir las devoluciones de los clientes y mantener organizado el espacio de almacenamiento. En este cargo Don Eduardo permaneció aproximadamente seis meses, durante los cuales tuvo un excelente desempeño y reconocido por su buena gestión en este cargo. Durante este periodo de tiempo, el en ese entonces el gerente de producción fue desvinculado de

la empresa puesto que descubrieron que había estado robando importantes cantidades de mercancía y desapareciéndolas del sistema.

Por esta razón la empresa McGregor tuvo que traer un nuevo gerente para el área de producción desde los Estados Unidos. El jefe que trajo la empresa se llamaba Geoffrey Watson y había ocupado el cargo de producción en la empresa principal en Estados Unidos. Sin embargo había un problema muy grande y era que el señor “Geoffrey” hablaba muy poco el español. Pero Don Eduardo manejaba a la perfección el Inglés por que su padre le había enseñado desde muy temprana edad. Por esta razón el Gerente de McGregor, un 16 de febrero de 1958, designó a que Eduardo trabajara como ayudante de Geoffrey en el área de producción. Escalando su posición en la organización y aumentando su ingreso salarial. Durante cuatro meses, Don Eduardo aprendió mucho sobre el tema de la producción gracias al norteamericano. Después, en el mes de mayo de 1958 cuando partió a los Estados Unidos, Don Eduardo quedo encargado como el nuevo jefe de producción de la compañía.

Así pues, Don Eduardo continuó en el cargo de gerente de producción por un periodo de doce años. En los que tuvo la oportunidad de aprender inmensamente sobre producción y del negocio de las confecciones. Sin embargo tuvo diferencias con su jefe y por esta razón, la compañía “Magregor” en el año de 1970, desvinculo a Don Eduardo definitivamente.

Al terminar este periodo de su vida, empezó hacer muchas cosas para tener un ingreso ya que no tenía un trabajo fijo. Se dedicó a vender libros y a dar asesorías de producción a pequeñas empresas, pero sin tener mayor éxito. Por esta razón, empezó a buscar trabajo en todos lados, no solo en Bogotá sino en diferentes ciudades del País pues la situación estaba un poco apretada.

Finalmente logro conseguir un trabajo en la ciudad de Cali, como gerente de producción de una empresa nacional de confecciones llamada “Anderson”. La cual era una compañía familiar, de tamaño mediano que producía camisas y pantalones elegantes para caballero. Esta empresa era manejada por dos hermanos uno que manejaba el área de producción y manufactura y otro que manejaba el área comercial y de ventas.

Don Eduardo trabajo durante dos años aproximadamente como jefe de producción pero estando muy inconforme con su jefe de ese entonces. Debido a que tenía una forma agresiva de decir las cosas y no les daba un buen trato a sus empleados. Por esta razón Don Eduardo decidió hablar con el otro dueño que estaba encargado del área de ventas, para contarle que no estaba muy contento trabajando con su hermano y solicitándole que le diera un puesto en el área de ventas. De este modo el jefe de ventas accedió darle trabajo a Don Eduardo en el área comercial y lo mando a la ciudad de Medellín pues no había un vendedor en esta ciudad en aquel entonces.

De acuerdo con lo anterior, Don Eduardo emprendió un traslado con su familia a la ciudad de la eterna primavera. Lugar que nunca había visitado, pero del cual se enamoró desde el momento en que llego. Exitosamente Don Eduardo trabajo durante siete años como vendedor de “Anderson” aumentando la participación en el mercado de la empresa en la región de Antioquia. Sin embargo la compañía no estaba muy bien y se empezó a demorar mucho con los pagos por lo que sus empleados, incluyendo a Don Eduardo no estaban muy contentos.

Coincidentalmente había salido un aviso en la prensa de la empresa “Enca” que requería de una persona con experiencia en producción de confecciones en Cali. Esta empresa se dedicaba a producir fibras finas para telas. Don Eduardo se presentó y fue contratado por lo que se desvinculo de “Anderson” y viajó nuevamente a Cali para ocupar este nuevo cargo. Aquí fue de

nuevo encargado de la producción de la empresa y trabajo por un periodo de tres años hasta que su hermano le hizo una oferta tentadora.

El hermano mayor de Don Eduardo, Carlos Ederly tenía entre uno de los negocios una empresa de confecciones llamada “Ariston”. La cual realizaba corbatas, pañuelos, camisas y pantalones para hombre. Era una empresa en crecimiento y sólida, que estaba generando volúmenes de ventas altos. Así pues, Carlos le propuso a Don Eduardo que fuera el gerente de ventas de la empresa y este acepto de inmediato.

De manera que ambos hermanos empezaron a trabajar juntos de manera exitosa. Haciendo crecer la empresa y sus bolsillos. Llevando los productos de la empresa por todo el territorio nacional e incluso exportando a otros sectores del continente americano. Por nueve años trabajaron juntos aprendiendo el uno del otro y disfrutando de su trabajo. Sin embargo, ambos tuvieron diferencias personales y de este modo Don Eduardo fue desvinculado de la empresa.

Afortunadamente Don Eduardo tuvo un muy buen salario en “Ariston” y alcanzo ahorrar durante este periodo. Al terminar este proceso Don Eduardo estaba cansado y decidió viajar con su esposa e hija a Europa. En donde visito ciudades como Italia, Francia y España. Durante este viaje, conoció París una pequeña tienda de ropa llamada Burton la cual le encanto a Don Eduardo por su decoración y por la calidad de la tela de las prendas que vendían.

Al regresar de este viaje de descanso, Don Eduardo decidió que no quería volver a trabajar nunca más para nadie, solo para el mismo. Por lo que tomo la decisión de emprender un nuevo proyecto en su vida como empresario. Así pues, estando firme en esta decisión él empezó a pensar en ideas para montar su propia fábrica. Tenía muy claro que la empresa trabajaría con algo relacionado a las confecciones, pues eran su principal fortaleza y había trabajado en esta área

durante toda su vida. Mas sin embargo el panorama no era muy claro, quería crear algo innovador y tenía algunas ideas en mente pero todavía no estaba muy seguro de lo que quería.

Por esa misma época, Alejandro el hijo menor de Don Eduardo necesitaba una pijama para dormir más cómodo. Por lo que su padre acompañado de su esposa salió rumbo a un almacén a comprar esta encomienda. Sin embargo, cuando llegaron se dieron cuenta que había muy poca oferta de pijamas y las que habían no eran muy lindas. Por lo que se dirigieron a otro almacén con mayor surtido, pero ocurrió exactamente lo mismo, existía muy poca oferta y las pocas prendas que había no eran muy llamativas para un niño.

Fue por este incidente casual que Don Eduardo decidió que el producto que quería manufacturar eran pijamas para niño. Por lo que tomo sus ahorros y los invirtió para empezar este nuevo proyecto. En primera instancia, Alquilo el primer piso de una casa residencial, ubicada a dos cuadras de la torre de Cali en el barrio Versalles. Además compro seis máquinas de coser marca Singer, una cortadora, algo de tela, muebles y equipos de oficina. Todo para empezar de cero con este nuevo sueño que tenía en mente.

De esta manera Don Eduardo fue confeccionando junto con su equipo de trabajo, sus primeras pijamas de niño diseñadas por el mismo. Teniendo éxito al terminarlas y creando un producto que era innovador y de excelente calidad. Como Don Eduardo había trabajado en el área comercial de las confecciones por tanto tiempo, tenía muy buenos contactos en tiendas de ropa y almacenes de cadena. Por lo que rápidamente se comunicó con varios de ellos y empezó a vender por estos medios.

Las pijamas poco a poco tuvieron muy buena acogida en el público general. Las prendas se vendían con facilidad en los almacenes de cadena y las tiendas especializadas. Por lo que la empresa fue creciendo rápidamente para atender el volumen de pedidos que se solicitaban.

Vendiendo en las principales ciudades del territorio nacional como en Cali, Bogota, Medellin y Baranquilla. En importantes almacenes como Cafam, Colsubsidios, La 14, el Éxito, Tres Elefantes.

Así pues, estos fueron los llamados años gloriosos de la compañía. En donde se vendían grandes cantidades de mercancía y las utilidades eran extraordinarias. La compañía llegó a tener a ciento dieciséis empleados fijos. Divididos entre ochenta operarias de costura, diez personas de diseño y corte, y dieciséis personas en la oficina. Además de nueve vendedores en el territorio nacional.

Sin embargo, poco después de este momento de esplendor, vendrían los tiempos difíciles cuando la empresa perdiera uno de sus clientes más importantes. Almacenes “El Éxito” tuvo un cambio en sus políticas de compra a sus proveedores. Dejaron de comprar la mercancía de contado como anteriormente lo hacían, para comprar por consignación. Esto le generó un problema muy grande a Burtons, puesto que el volumen de las devoluciones era muy grande. Generando pérdidas muy grandes. Debido a que estas devoluciones se tenían que vender como “Saldos” a precios muy bajos, solo para recuperar algo de dinero. Por lo que se tomó la decisión de no seguirle vendiendo al éxito.

Esto hizo que la empresa registrara pérdidas en sus estados de resultados. Sin embargo Don Eduardo decía, fue un año malo, pero el próximo mejoraremos y nos recuperaremos. Sin embargo el siguiente año ocurrió lo mismo, registrando pérdidas grandes nuevamente. Por esta razón, la empresa se vio obligada a reducir gastos de manera inmediata. Teniendo que recortar su personal significativamente.

Sin embargo estas medidas no fueron suficientes para frenar las pérdidas que estaba teniendo la compañía. Ya que seguían existiendo pérdidas al pasar los meses y al finalizar cada

año. Por esta razón se tomó la decisión de operar en un solo piso del local de dos pisos de la empresa. Esto con el fin de reducir gastos y alquilar uno de los pisos a otra empresa pequeña. Aparte de esto, se vieron obligados a terminar con la línea de pijamas de mujer, ya que sus diseños y producción eran mucho más elaborados que la de hombre, y no era tan rentable. Por esto se quedaron solo con la línea de pijamas masculina.

Finalmente para pagar todas las deudas que tenía la empresa, esta tuvo que vender su local de dos pisos ubicada en el barrio obrero y trasladarse a un local mucho más pequeño u. Hoy en día la empresa tiene solo veinte empleados y atiende pedidos de los clientes que aún conserva como La 14 y Only. La empresa ya no genera pérdidas, pero tampoco ganancias estrafalarias. Don Eduardo tiene hoy en día ochenta dos años y trabaja de lunes a sábado.