



The joy of life



RESEÑA HISTÓRICA – ETAPA I

1989 – ALDOR es fundado por la familia Aljure Dorronsoro.

- **1991** - Comienza la producción de chupetes y caramelos duros con una capacidad de 5 toneladas por día.
- **1993** – Inicia exportaciones a Panamá, Ecuador y Haití.
- **1995/96** - Primeras participaciones en ferias internacionales (All Candy Expo - Chicago, ISM – Alemania , Confitexpo- México) consiguiendo entrar a nuevos mercados como República Dominicana, Costa Rica, Estados Unidos, Chile y Bolivia.



RESEÑA HISTÓRICA –

ETAPA I 1997 – 2000 – Modernización tecnológica con maquinaria de origen europeo.

- **2000** – Alcanza capacidad de producción de 2000 ton mensuales, exportando el 70% de las ventas totales a más de 40 países principalmente Norte, Centro, Suramérica, Europa del este y países Árabes.

Durante la etapa I, Aldor crece soportado en las exportaciones aprovechando ventajas competitivas en costos por mano de obra, energía y precios de las materias primas principalmente el azúcar.



BUMBA

Biagi

Masti

videns

PIN
POP

Yogueta

Mechas
Locas

aldor

RESEÑA HISTÓRICA – ETAPA II

2001 - Lanzamiento de la marca Yogueta con importante inversión en medios masivos.

• 2003 - Relanzamiento de la marca Pin Pop con apoyo 360° incluyendo medios masivos.

• 2003 - Lanzamiento de las marcas Pin Pop & Yogueta en Sudáfrica y África Subsahariana.



BUMBA

Biagi

Masti

videns

PIN POP

Yogueta

Mechas Locas

aldor

RESEÑA HISTÓRICA – ETAPA III

- 2004 – Inauguración de la nueva planta de producción de 30.000 m².



RESEÑA HISTORICA -

ETAPA II 2007 Ampliación de la capacidad de producción alcanzando 120 toneladas diarias.

Durante la etapa II, Aldor presenta un crecimiento importante, sin embargo sus indicadores financieros se ven afectados por un período de reevaluación e incremento en el costo de las materias primas a nivel internacional.



RESEÑA HISTÓRICA – ETAPA III

- 2010 – Construcción de la planta en Sudáfrica.



RESEÑA HISTÓRICA – ETAPA III

- 2011 – Adquisición de la marca FRUNAS.
- 2012 - Inicio de la planta de producción de Gomas

Como consecuencia del cambio en las condiciones macroeconómicas, se inicia en el 2009 un plan de reestructuración con 4 objetivos principales.

1. *Disminuir las exportaciones del 70% al 30%.*
2. *Diversificar el portafolio adicionando Frunas y gomas.*
3. *Consolidar el liderazgo de las marcas Pin Pop & Yogueta en Sudáfrica y el mercado subsahariano.*
4. *Continuar fortaleciendo las marcas Pin Pop & Yogueta en el mercado nacional colombiano.*



VENTAJAS COMPETITIVAS

- **Conocimiento del consumidor.**

Esto nos ha permitido desarrollar productos con conceptos exitosos soportados con campañas publicitarias con el lenguaje adecuado para conectar con nuestros consumidores de forma relevante construyendo Top Of Heart.

- **Flexibilidad**

Hemos podido adaptarnos a los cambios en las condiciones micro y macro económicas para generar un modelo de negocio sostenible.



VENTAJAS COMPETITIVAS

- **Mente abierta**

La organización se orienta en buscar permanentemente oportunidades en Colombia y otros países.

- **Conocimiento de mercados internacionales**

Liderazgo de las marcas Pin Pop & Yogueta en 8 países de África.

Aplicamos el concepto Glocal (Proyección Global con acciones locales).



BUMBA

Biagi

Masti

videns

PiN POP

Yogueta

Mechas Locas

aldor



APASIONADOS
Amamos lo que hacemos



TENACES
Aprendemos de las dificultades



The joy of life

CERCANOS

Generamos confianza entre los stakeholders



COMPROMETIDOS

Logramos los resultados para ir más allá



CON MENTE ABIERTA

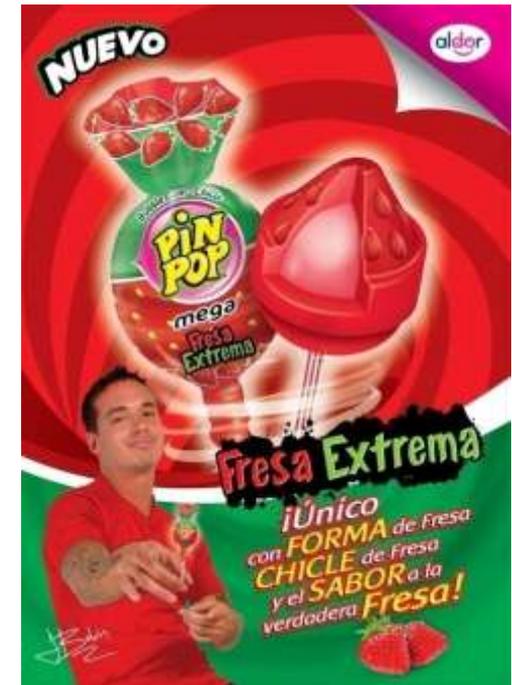
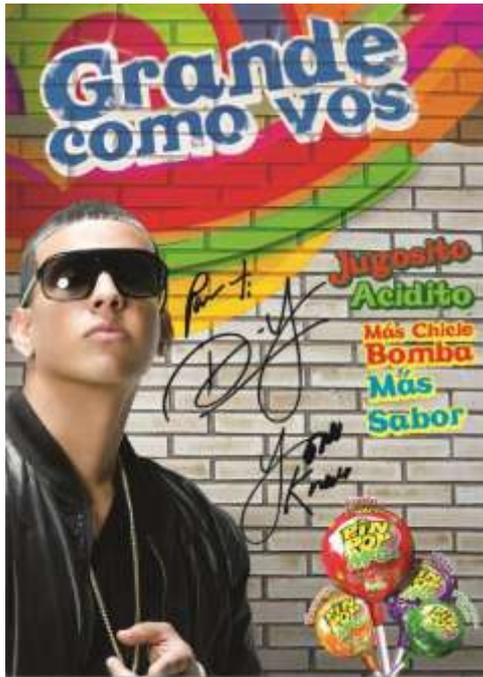
Exploradores



Nuestra Cultura

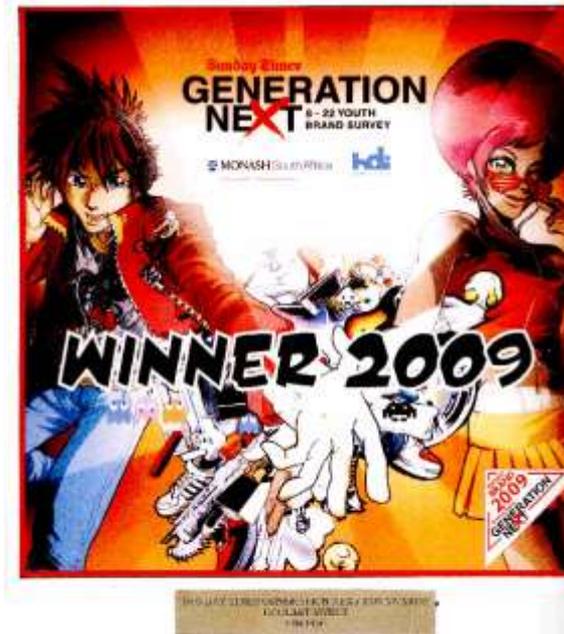
ESTRATEGIAS

- Construcción de marca Pin Pop & Yogueta en Colombia apoyándonos en medios masivos utilizando personas relevantes al consumidor.



ESTRATEGIAS

- Construcción de las marcas Pin Pop & Yogueta en Sudáfrica y África Subsahariana.



ESTRATEGIAS

- Construcción de la nueva planta de Aldor, una de las más modernas de Latinoamérica.
- Construcción de la Planta en Sudáfrica.
- Compra y modernización de la marca Frunas



PROYECCIONES

- Expandir el liderazgo de las marcas en nuevos países del continente Africano.
- Diversificación apalancada en el liderazgo de las marcas Pin Pop & Yogueta en Sudáfrica y África Subsahariana.
- En el mercado colombiano continuar el crecimiento con ampliación del portafolio.



BUMBA

Bjagi

Masti

videns

PIN POP

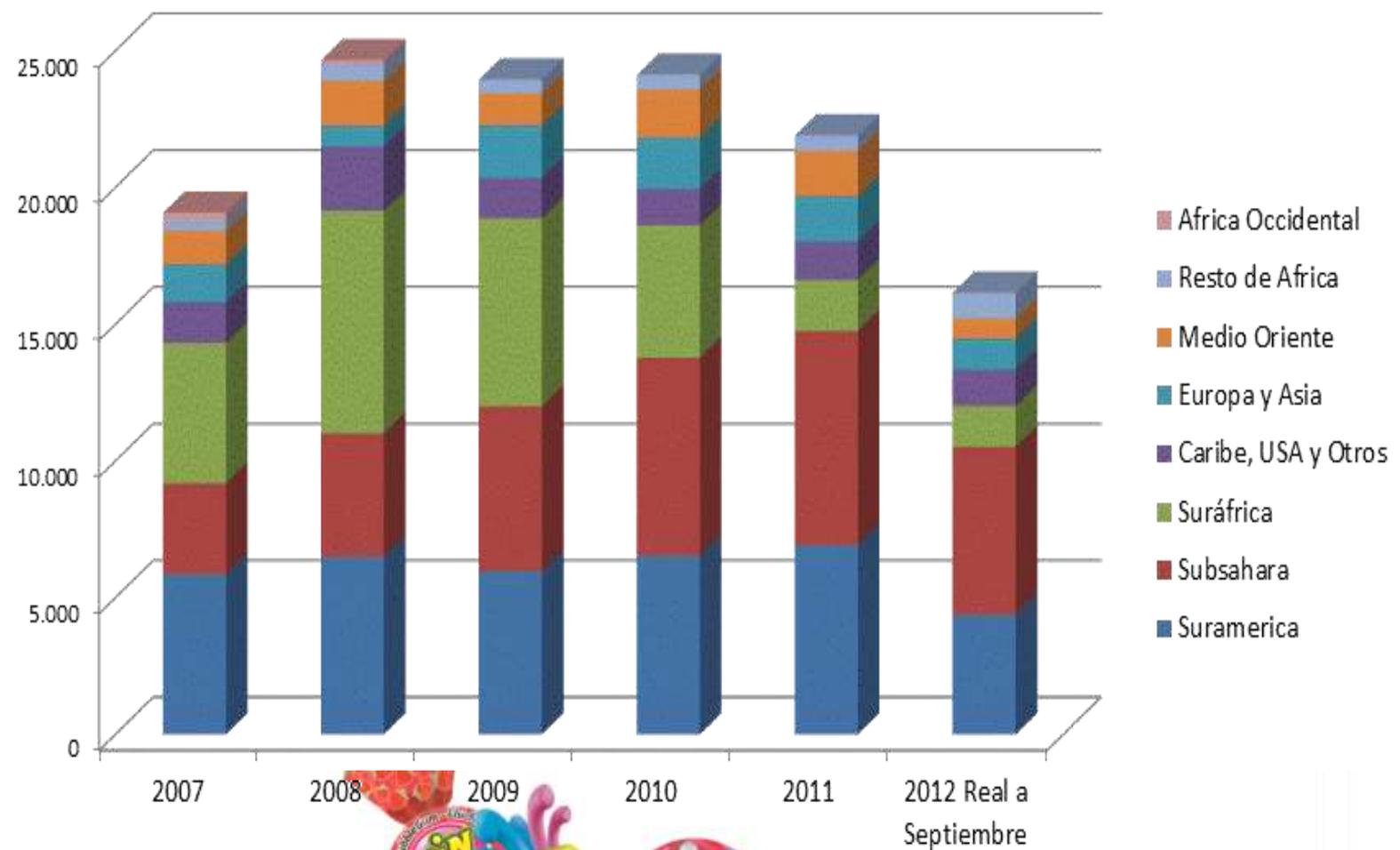
Yogueta

Mechas Locas

aldor



TONELADAS EXPORTADAS ENTRE 2007 HASTA SEPTIEMBRE DEL 2012



TONELADAS EXPORTADAS ENTRE 2007 - 2011

