



AZACONSA, EMPRESA FAMILIAR DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y ENVASADO DE ESPECIAS, INFUSIONES Y EDULCORANTES PARA USO ALIMENTARIO CUYO ORIGEN SE REMONTA AL AÑO 1870, HA SORTEADO LOS VAIVENES QUE LAS CIRCUNSTANCIAS DE CADA ÉPOCA LE HA COLOCADO EN EL CAMINO, ADAPTÁNDOSE Y CONSOLIDANDO EL LUGAR QUE OCUPA ACTUALMENTE EN EL MERCADO. AHORA, DE LA MANO DE TACTIO, HA DADO UN NUEVO SALTO CUALITATIVO, SE HA REORGANIZADO Y HA ADOPTADO UN ESQUEMA MÁS PROFESIONAL, LO QUE HA SUPUESTO GARANTIZAR UNA BASE FIABLE DESDE LA QUE EMPRENDER NUEVOS PROYECTOS, ENTRE LOS QUE DESTACA LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.

Azaconsa,

UN SALTO

CUALITATIVO



➤ Son ya varias las generaciones de la misma familia que han pasado por la dirección de la empresa Azaconsa. Desde que empezó en el prometedor negocio de azafranes y condimentos, hasta la actualidad, ha tenido que adaptarse a las características de un mercado que ha ido cambiando con el paso de los años, afrontando nuevas exigencias y retos de manera periódica.

Como señala el director general, Claudio Crespo, la compañía necesitaba dejar atrás ciertos hábitos que había venido heredando con el paso de los años merced precisamente a su carácter de empresa familiar, y definir un verdadero proyecto de empresa que le permitiera afrontar el futuro con garantías.

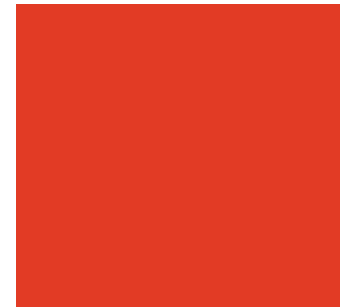
Gracias a la colaboración de TACTIO, inicia ahora una etapa caracterizada por la calidad en la gestión y la definición de un proyecto con el que seguir siendo competitivo. Para ello ha sido necesario abordar asuntos como la organización de la empresa. Aurelio Rodríguez, consultor de TACTIO, explica que «empezamos a trabajar con la empresa en febrero del 2008 y

hemos ido tocando casi la totalidad de los departamentos de la compañía».

Las intervenciones fueron continuas durante los dos primeros meses, y a partir de entonces, de forma periódica, «dando tiempo a la empresa para que pudiera ir progresando y modificando todo aquello que se tenía que ir implementando». El tema de la organización personal fue uno de los aspectos prioritarios y el que primero se trabajó.

Aurelio Rodríguez destaca que «reasignamos tareas y funciones de cada uno de los miembros de la empresa, y una vez tuvimos identificadas a las personas con los puestos y las responsabilidades, pasamos a actuar en las diferentes áreas». El consultor de TACTIO hace referencia a la importancia que supuso la organización de los diferentes controles del proceso de producción, como entrada de pedidos, órdenes de fabricación, y sobre todo, debido a la normativa vigente, «se debía llevar un control exhaustivo de los lotes de fabricación con trazabilidad, con referencia al origen del producto, los análisis, etc».

TACTIO HA COLABORADO EN LA REORGANIZACIÓN Y



◀ Azaconsa debía definir un proyecto de empresa que le permitirá afrontar el futuro con garantías

«para una empresa como la nuestra, que destina buena parte de su producción a las marcas blancas, existen muchas especificaciones, lo que hace que sea más difícil de gestionar y eso también redundará en la calidad».

La colaboración de TACTIO es valorada en muy alto grado. De hecho, Claudio Crespo comenta que «como empresa familiar que somos, hasta ahora y gracias al trabajo realizado por esta consultora, no hemos sido conscientes de la importancia que tienen determinados aspectos». En definitiva, «hemos aprendido a hacer las cosas de forma mucho más profesional y este proceso ha sido muy interesante».

Todo cambio requiere de una adaptación que supone una ruptura con lo anterior, pero cuando se hace en beneficio de la empresa y de la mano de consultoras como TACTIO, todo resulta mucho más fácil. «Si siempre era una persona la que se encargaba de alguna tarea, este papel nunca se ponía en entredicho, pero ahora, hemos sido conscientes de la necesidad de definir claramente los cargos y las personas idóneas para ejercerlos». El organigrama de la empresa resultado de esta revisión contempla a Claudio Crespo como director de gestión; César Crespo, director de control; Sergio Crespo, encargado de producción; Alejandro Crespo, encargado de logística; y José Crespo, encargado del departamento comercial.

COMPETITIVIDAD

Claudio Crespo considera que para mantener la posición en un mercado tan cambiante, «es necesario buscar productos que sean muy competitivos, ya sea dentro de las líneas que estamos fabricando, o bien, en otras». Sobre la labor de TACTIO, destaca que «nos ha ayudado mucho a organizarnos y se han definido las bases para que haya un relevo generacional». Reconoce que «han tenido que venir desde fuera para aunarnos, y a definir un proyecto y una estrategia de empresa».

Sea como fuere, Azaconsa es referente de un tipo de empresa familiar dentro de un sector tradicional de la economía de Novelda, localidad en la que está implantada y donde el sector de las especias siempre ha sido un buque insignia. No obstante, en el marco de un mercado global como el que ahora impera, la adaptación a los nuevos tiempos es una exigencia que esta empresa ha tomado como reto, y para ello ha confiado en TACTIO, cuya colaboración ha resultado fundamental a la hora de definir un proyecto claro con el que tener buenas expectativas de futuro.

Calidad, organización, relevo generacional, innovación... Son términos que representan para la empresa el futuro. Ahora, preparados para obtener la Certificación de Calidad, se presentan con fuerza en un nuevo ciclo en el que esperan seguir avanzando.

En la década de los ochenta el negocio de Azaconsa se reorganizó para dar entrada a otros productos, como infusiones y edulcorantes



AZACONSA ES REFERENTE DE UN TIPO DE EMPRESA FAMILIAR DENTRO DE UN SECTOR TRADICIONAL DE LA ECONOMÍA DE NOVELDA



TRAYECTORIA

Azaconsa es una empresa centenaria y en sus inicios, con el bisabuelo de Crespo como emprendedor, apostó por el envasado de azafranes, especias y condimentos, la actividad más destacada de la compañía durante un largo período de unos setenta años. En la década de los ochenta se inició una nueva etapa, coincidiendo con la entrada en la empresa de la tercera generación, representada por Antonio Crespo Patró y Claudio Crespo Alfonso, padre y tío del director, quienes refundaron la empresa; entonces se diversificó la producción, con la entrada de edulcorantes e infusiones. Tal y como indica el director de gestión, «cambió el tipo de negocio y de cliente, y también entramos en el sector del café».

En la actualidad, cuenta con las marcas Delia, El niño, Ship, Forever, La maja y Ship Dulk. La evolución ha sido clara. La adaptación a las nuevas exigencias del mercado ha hecho que los condimentos, especias y azafranes, que predominaron al inicio, hoy en día sólo representen el 4% de la facturación. En cuanto a la producción de marcas blancas, con fabricación para terceros, es uno de los negocios que más predominan hoy en día, ya que representan alrededor del 80% de la producción.

Dentro de la gama de productos con que cuenta actualmente Azaconsa, hay que destacar una amplia selección de té, así como infusiones para hostelería. En cuanto a la línea de herboristería de la marca Ship, presenta la gama de infusiones más amplia del mercado, con la existencia de más de veinte especialidades. También con esta marca, dispone de una variedad de hierbas para la alimentación de toda la familia.

Los edulcorantes, de la marca Ship Dulk, constituyen uno de los productos más innovadores. Se presenta en cómodos estuches dispensadores y en prácticas paneras muy útiles, lo que satisface las necesidades más exigentes de los profesionales del sector de la hostelería. Mención aparte merecen las especias y condimentos, elaborados artesanalmente para conservar todo el sabor tradicional de la cocina elaborada de forma natural. Las infusiones de la marca Forever constituyen otra de las líneas de productos, donde destaca la calidad, el surtido y la presentación; son de las más demandadas del sector de la alimentación. Y finalmente, no hay que olvidar el café y descafeinado soluble Ship, que se caracterizan por su agradable sabor de puro café colombiano y por su original presentación en prácticos tubitos.