



## “Hemos permanecido siempre cerca de nuestros clientes, volcados en cubrir sus necesidades”

Daniel Ballesta,  
Director Financiero de Auxiliar Conservera (AC)

Tras su paso por dos entidades financieras, Daniel Ballesta inició su carrera dentro de AC, primero en el Consejo de Administración y posteriormente en el ámbito ejecutivo de la empresa. Desde 2010 ocupa la Dirección General de Finanzas y Medios, y en 2018, asumirá el puesto de Consejero Delegado de AC.

■ **SOLUNION: Más de 50 años de experiencia en el sector del envase para alimentos a nivel nacional e internacional avalan la oferta y el servicio que ofrece hoy Auxiliar Conservera (AC). ¿Qué principios han movido la actuación de la empresa en este largo periodo?**

**Daniel Ballesta:** AC nació para cubrir una necesidad de los conserveros locales: ser un suministrador independiente de envases de hojalata. A partir ahí, hemos permanecido siempre cerca de nuestros clientes, volcados en cubrir sus necesidades relacionadas con el envase metálico. La otra gran motivación de la empresa ha sido favorecer el desarrollo de las personas. A pesar de contar actualmente con más de 800 empleados, AC es como una gran familia para los trabajadores que han visto pasar por ella a sus padres y a sus hijos. Un sentido de cercanía y propiedad que nos ha permitido alcanzar las metas que nos hemos propuesto.

■ **S: ¿De qué forma diferencian y añaden valor a sus envases?**

**D.B:** Con un servicio flexible y adaptado al cliente. Además de la calidad de nuestros productos y una oferta competitiva, sin las cuales no habríamos conseguido llegar hasta nuestros días.

■ **S: ¿Cómo está comprometida la empresa con el cuidado del entorno?**

**D.B:** En AC fabricamos envases metálicos, el sistema de envasado 100%



reciclable más duradero y fiable para la conservación y protección de los alimentos. Uno de los principios en los que se basa nuestra visión de futuro es la sostenibilidad y el uso eficiente de los recursos. Es por ello por lo que nuestro sistema productivo está comprometido con la reducción del impacto ambiental y la protección del medio ambiente. Para ello, calculamos lo que emitimos a través de la 'Huella de carbono' y lo verificamos de acuerdo a los estándares internacionales más exigentes, con el objetivo de reducirla y alcanzar espacios libres de emisiones atmosféricas para futuras generaciones.

■ **S: Actualmente, están presentes en más de 20 países y trabajan para más de 500 empresas en todo el mundo, desde grandes multinacionales hasta pequeñas cooperativas familiares. ¿Cómo ha sido la expansión de AC hacia otros países?**

D.B: AC nació al amparo del boom de la conserva en Molina de Segura. Con el paso de los años, pasamos de ser un operador local a regional, y ya en los 80 de regional a nacional. Pero es en los 90 cuando se abre el primer centro de fabricación fuera de la región de Murcia, en Mairena de Alcor (Sevilla), especializado en el sector del aceite de

oliva y de la aceituna, y que coincide con el inicio de la fabricación y exportación de tapas de fácil apertura, principalmente a Sudamérica. Un mercado que nos anima a establecer en 2010 nuestro primer centro fuera de España, en Chile, y al que sigue en 2012 un nuevo centro en La Rioja, desde el que atender tanto al mercado local como al del sur de Francia. Nuestra última apuesta internacional ha sido la apertura, este verano, de una fábrica en Dortmund (Alemania).

■ **S: ¿Qué lugar ocupa el seguro de crédito en sus planes comerciales dentro y fuera de España?**

D.B: Contar con un socio como SOLUNION es para nosotros sin duda alguna una gran fortaleza, que nos permite acudir a los nuevos y tradicionales mercados con mayores garantías de éxito.

■ **S: ¿Qué destacaría del servicio que les ofrece SOLUNION, como compañera de viaje a la hora de conseguir que sus operaciones comerciales sean seguras?**

D.B: Con SOLUNION llevamos trabajando 15 años, y a lo largo de este tiempo hemos tenido buenos y no tan buenos momentos, pero siempre hemos tenido la capacidad de entender las necesidades de ambas empresas, lo que nos ha permitido a los dos crecer de manera sostenible. La confianza y la cercanía han permanecido como principales valores en nuestra relación.

■ **S: Estamos en un mundo en el que el consumidor compra cada vez más un producto final preparado. ¿Qué papel desempeñan empresas como AC en este panorama?**

D.B: Uno indispensable, a través de la innovación en formatos adaptados a las nuevas necesidades de conservación de nuestros clientes y, en definitiva, del consumidor final.

■ **S: ¿Hasta qué punto es importante una innovación constante en los materiales y herramientas que utiliza el sector de envases?**

D.B: La innovación es fundamental frente a un mercado cada vez más exigente y con necesidades cambiantes. Innovaciones que se trasladan a nuestras instalaciones, y que exigen una permanentemente actualización.

■ **S: ¿En qué proyectos de esta índole trabaja AC en estos momentos?**

D.B: Nuestra última innovación es Openvac, un envase que va a ayudar a nuestros clientes a aportar mayor valor a su producto, ya que permite preparar y conservar los alimentos en unas condiciones de alto vacío, lo que, además de ventajas económicas por el ahorro de energía y el menor peso del producto final, consigue que los alimentos tengan propiedades organolépticas mejoradas respecto a la conserva tradicional.

■ **S: En cuanto a cifras, ¿qué resumen podría hacer de 2017? ¿Cómo se presenta 2018 para AC?**

D.B: Este año hemos lanzado un ambicioso plan de inversiones para continuar ofreciendo a nuestros clientes una oferta competitiva y de calidad.

El ejercicio 2017 va a suponer el cuarto año consecutivo de incremento en nuestro volumen de negocio, superior al 8%, y en 2018 queremos consolidar este crecimiento y concluir con el plan inversor iniciado este ejercicio.

“Contar con un socio como SOLUNION es una gran fortaleza, que nos permite acudir a los nuevos y tradicionales mercados con mayores garantías de éxito”

## Carácter familiar y valores

A lo largo de sus más 55 años de existencia, AC no ha perdido ni un ápice de su carácter familiar, “una bandera que nos ha reportado muchos éxitos”, manifiesta Daniel Ballesta. “Yo represento la entrada de la tercera generación en el Consejo de Administración de AC, fundada por mi tío Ginés y mi abuelo Remigio. Este carácter aporta a nuestros clientes y proveedores, y a todos los que pertenecemos a AC, valores como la fidelidad, el sentido de pertenencia y permanencia, el legado y la cercanía”.

