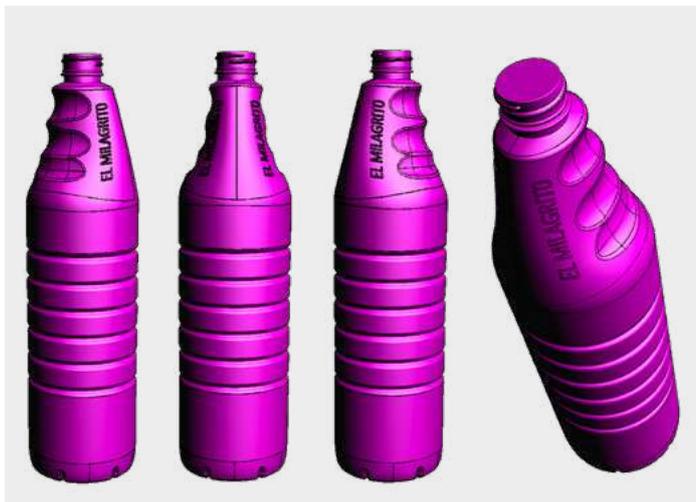


Fabrienvaf NUCA, S.L.



# "EL MILAGRITO"

Boletín Informativo. Nº2. Diciembre 2022



**El Milagrito se cambia a los envases PET, reciclables por completo y con un 25 % menos de peso** PÁG. 9

## SOLIDARIDAD

**Donaciones para ayudar a los más necesitados y llevar la limpieza a todos los lugares**

PÁG. 2

## PAINTBALL AL CORAZÓN

**Jornada de convivencia de la plantilla dirigida por el coach Alonso Pulido**

PÁG. 3

## EVENTOS

**Cumbre de comerciales de toda España en las instalaciones de Fabrienvaf Nuca**

PÁG. 8

## ENTREVISTA DEL MES

**Marta Prats Laguarda, responsable del Departamento de Marketing:**  
"Confíaron en mí desde un principio y se me dio libertad para llevar a cabo todo lo que requería el departamento"

PÁG. 4-6



## RECONOCIMIENTO

**Ángel Guzmán Mora, responsable de almacén del Departamento de Logística, recibe una placa de reconocimiento tras cumplir sus bodas de plata laborales.**

PÁG. 7



## Donaciones para ayudar a los más necesitados y llevar la limpieza a todos los lugares

### Fabrienvaf Nuca entrega al año a entidades 2.000 unidades en especie y 4.000 euros en ayudas económicas

La solidaridad está en el vocabulario de Fabrienvaf Nuca durante todo el año, no únicamente en Navidad. La preparación de lotes de productos de limpieza cualquier día del calendario es ya una tradición entre su personal porque, desde la empresa, se quiere ayudar a colectivos y familias más necesitados.

En líneas generales, a lo largo del año se superan los 6.000 euros por este concepto: se donan alrededor de 4.000 euros en ayudas económicas y unas 2.000 unidades en especie.

Recientemente se han preparado lotes para entidades como la Hermandad del Dulce Nombre, La Hermandad de Pino Montano y la Hermandad de la Soledad de San Lorenzo.

Durante todo el año, la empresa colabora con asociaciones y ONGs como La Cruz Roja, Fundación Hogar San Juan, Aldeas Infantiles SOS Galicia, Asociación Española contra el Cáncer, Misioneros Seglares Vicencianos, SOS Ángel de La Guardia y Fundación Ideas, entre otras.



## Paintball al Corazón

La plantilla de Fabrienvaf Nuca disfrutó una bonita jornada de convivencia dirigida por el conocido coach Alonso Pulido

**F**abrienvaf Nuca ha celebrado la Navidad con una convivencia motivacional de la que ha formado parte su plantilla. Un Paintball al Corazón en el que no faltaron los abrazos, las risas y la sensación de mirar desde fuera a los compañeros y el propio trabajo. El conocido coach y formador Alonso Pulido Martín diseñó una actividad que hizo reír y disfrutar a los trabajadores de El Milagrito, un bálsamo para reducir los niveles de estrés que buscó cohesionar aún más a un grupo muy unido.

El coach los animó a seguir creciendo en sus respectivas responsabilidades y a continuar divirtiéndose en sus puestos de trabajo, una filosofía dominante en la empresa que precisamente es el principal motor para lograr la felicidad en el trabajo.



## Entrevista a Marta Prats Laguarda, responsable del Departamento de Marketing

**“Confiaron en mí desde un principio y se me dio libertad para llevar a cabo todo lo que el departamento requería”**

**“Me sorprendió ver la gran acogida que tenía la marca El Milagrito entre los consumidores”**

**M**arta Prats, responsable de Marketing de Fabrienvaf Nuca S.L., es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster en Marketing y Comunicación Digital y Máster en Desarrollo Web, entre otras cuestiones. Llegó a la empresa hace dos años y medio, cuando el departamento que dirige se estaba formando. En su lucha por consolidarlo se ha convertido no sólo en una pieza clave del reto de crecimiento de la firma, sino de la estrategia para conseguirlo.

**¿Cuáles son tus aficiones?**

Desde que surgieron las redes sociales siempre me han llamado la atención, me encantan, quizás fuese uno de los motivos que ha hecho que me especializase en ese mundillo. Además, una de mis grandes pasiones es viajar, considero que viajar es añadir vida a la vida: “Viajar es la única cosa que pagas y te hace más rico”.

**¿Cuándo empiezas a trabajar en Fabrienvaf Nuca SL?**

Comienzo en Fabrienvaf en junio del 2020 en el departamento de Marketing. En esos momentos era un departamento que se estaba formando, ya que esos servicios se externalizaban. Pero conforme la empresa iba creciendo, se vio que se requería un departamento interno con alguien al frente que lo gestionase.

**¿Qué fue lo que más te llamó la atención del nuevo trabajo?**

Confiaron en mí desde un principio y se me dio libertad para llevar a cabo todo lo que el departamento requería. Me sorprendió ver la gran acogida que tenía la marca El Milagrito entre los consumidores, eran muy activos en redes sociales, comentaban las publicaciones contando sus experiencias, eran auténticos “influencers” que habían nacido de manera orgánica. Esto me hizo darme cuenta del gran potencial que tenía el producto estrella y todo lo que podíamos hacer con él.





### ¿Qué retos te marcaste?

En un principio mi mayor reto era rediseñar la página web, ya que la que tenían se había quedado obsoleta y era poco intuitiva, y también hacer crecer las redes sociales. Y, conforme iba consiguiendo los objetivos, iba marcándome otros nuevos. Tener dos webs: una enfocada a los productos y otra enfocada a la empresa, aumentar la notoriedad de la marca a nivel digital y de los productos, separar las comunicaciones dirigidas a nuestros clientes por un lado y a nuestros consumidores por otro, ser un apoyo del departamento comercial para reforzar las ventas, vender digitalmente en grandes plataformas como Amazon, etc.

### ¿Cuál ha sido tu mayor dificultad?

Uno de los grandes problemas que me encuentro en la actualidad es la saturación de las plataformas de medios sociales. Además, el consumidor moderno se ha vuelto bastante selecto, y es mucho más difícil crear contenido que consiga el equilibrio entre la autenticidad y la alineación con la visión general de Fabrienvaf. A esto se le suma que, al ser una PYME, los presupuestos para el departamento de marketing no son comparables al que tienen las grandes compañías. No contar con todo el apoyo financiero que me gustaría para publicidad ha limitado las acciones que hubiese llevado a cabo. No obstante, he conseguido adaptarme y buscar propuestas que se ajusten y

sacar el mayor partido a cada campaña que hemos realizado, aprovechando bien los recursos con los que contamos.

**“Al usar el producto en mi vida cotidiana, puedo comunicar desde mi propia experiencia, y esto aporta autenticidad en el mensaje”**

### ¿Qué le aportas a la empresa?

Gracias a mi formación y a mi experiencia, soy capaz de crear valor en la comunicación de Fabrienvaf y de los productos del Milagrito hacia nuestros clientes y consumidores para propiciar la notoriedad y la venta final. También el conocimiento y el uso de numerosas herramientas digitales, que han ayudado a agilizar servicios, como por ejemplo el uso de plataformas de diseño, que han permitido que yo misma pueda realizar todo el material gráfico que requiere la empresa: cartelería, folletos, catálogos, etiquetas, manuales, etc. Otra cosa que considero muy importante es que, al creer en el producto y usarlo en mi vida cotidiana, puedo comunicar desde mi propia experiencia, y esto aporta autenticidad en el mensaje.

### ¿Estás contenta con tu trabajo?

Tengo la gran suerte de trabajar en lo que me gusta y disfrutar con lo que hago. Me encanta que no hay dos días iguales, que no es un trabajo mecánico, y que me da lugar a la creatividad y el ingenio, y de conectar diariamente con muchas personas. Además, me siento muy reconfortada, ya que veo que lo que hago gusta y es bien recibido por los consumidores. A esto le sumo que, dentro de la responsabilidad social corporativa de Fabrienvaf, se desarrollan medidas para los trabajadores que nos ayudan a la conciliación, como un horario intensivo de mañana, finalizar la jornada media hora antes los viernes o disfrutar de dos días de asuntos propios.

### ¿Cómo te mantienes actualizada sobre las nuevas tendencias en tu sector?

La mejor manera de estar al tanto de las tendencias del marketing son las redes sociales. Como profesional de este sector

soy muy activa en una amplia variedad de plataformas sociales y me mantengo al día de las últimas novedades siguiendo a personas influyentes y a blogs especializados. También estoy suscrita a newsletter de expertos en marketing, como por ejemplo Vilma Núñez o Laura Ribas. Esto también me sirve como referencia a veces cuando estoy aprendiendo una nueva tendencia. Considero que en marketing es vital estar al día, porque es un sector muy cambiante, que se va renovando y que lo que ayer estaba de moda, mañana está obsoleto. Por lo que no puedo permitirme el lujo de quedarme atrás.

### ¿Cuál es tu sueño a nivel profesional?

Seguir trabajando en el mundo del marketing, siempre buscando el éxito de la empresa, que va unido al mío propio. En estos últimos años el marketing ha ido adquiriendo relevancia en las empresas, por lo que espero que siga creciendo conmigo al mando.



# Reconocimiento a Ángel Guzmán Mora por sus 25 años en Fabrienvaf Nuca

**Testigo de los peores y mejores momentos de la empresa, se siente muy orgulloso por los logros conseguidos**

25 años dan para mucho. Y si no que se lo pregunten a Ángel Guzmán Mora, que acaba de cumplir sus bodas de plata laborales. Con motivo de tan solemne efeméride, ha recibido una placa de reconocimiento en la que reza el siguiente texto:

*“El éxito no llega solo o cae del cielo, todos estos años hemos compartido momentos buenos y malos. En medio de ellos hemos contado siempre con tu apoyo. ¡ Feliz 25 aniversario laboral! 25 años como responsable de almacén”*

Y es que en este cuarto de siglo como responsable de almacén del Departamento de Logística, Ángel Guzmán ha sido testigo en primera línea de la evolución que ha ido experimentando una pequeña empresa familiar que ha tenido que sobrevivir a momentos muy complicados, y se ha reinventado para convertirse en una de las fábricas más importantes del país, con productos de éxito a nivel internacional.

Más allá de los resultados económicos y de la posición de la firma, para Ángel Guzmán, Fabrienvaf Nuca lo es todo. “Para mí, la vida no podría resumirse en una palabra, pero podría asociarse a una empresa”, explica, haciendo referencia a Fabrienvaf Nuca, “su” proyecto.

Guzmán Mora define al producto estrella de la casa, El Milagrito, como “nuestro compromiso con los clientes, que son los que tienen que sentirse satisfechos; nuestro compromiso con los trabajadores y todos los que formamos esta empresa, y nuestro compromiso con el planeta a través de políticas de reciclaje de los distintos materiales con los que trabajamos”.

Ha sido partícipe del salto a todos los niveles que ha dado la empresa en los últimos tiempos, un reto conseguido del que se siente partícipe y que, además, les exige mucha responsabilidad. De ahí que mire al futuro lleno de ilusión y esté dispuesto a estar a pié de cañón otro cuarto de siglo más, “en el que no dejaremos de innovar y de trabajar por emprender, crecer y seguir siendo pioneros”. Como reza en la placa, ¡ Feliz 25 aniversario laboral!



## Cumbre de comerciales nacionales

**Los asistentes pudieron conocer la fábrica de lo que para muchos es “el mejor desengrasante del mundo”**

El director Comercial de la empresa, Javier Castro, dirigió la Cumbre de comerciales de toda España que se celebró en las instalaciones de Fabrienvaf Nuca. Se trataba de la reunión anual en la que se exponía un avance de los resultados empresariales de la empresa, se analizaron los datos por zonas y se explicó la estrategia diseñada para 2023.

Tras la sesión de trabajo, a la que acudieron comerciales de los distintos puntos de toda la geografía nacional, se celebró un almuerzo de convivencia para estrechar los lazos entre ellos. Un intercambio de experiencias que sirve para impulsar sinergias y reforzar al equipo.



## Cestas para disfrutar de la Navidad

La plantilla de Fabrienvaf Nuca ha recibido sus tradicionales Cestas de Navidad para que las disfruten en compañía de sus familias. La responsable de Recursos Humanos, Rocío Huzón, ha sido la encargada en hacerles entrega de este presente.

Fabrienvaf NUCA, S.L. Nuca MAX "EL MILAGRITO"



# El Milagrito se cambia a los envases PET, reciclables por completo y con un 25 % menos de peso

**Los cuatro millones de botellas que producen al año estarán hechos de este material, mucho más sostenible**

**F**abrienvaf Nuca va a empezar 2023 con una importante apuesta por la sostenibilidad: el cambio del envase de su producto estrella, El Milagrito. Las botellas de envase de un litro y 750 mililitros de producto pasarán a estar hechas de PET, Polietileno de tereftalato, a partir del primer trimestre del año. Un nuevo material que le va a suponer a la empresa un cambio en la identidad corporativa al ser rosa, pero de un pantone diferente motivado por el tipo de material. Pero la evolución al PET va a estar llena de ventajas: es un tipo de plástico reciclable 100 %, pesa entre un 20% y un 25% menos y se fabrica en un tercio del tiempo de los actuales envases. Mientras ahora pueden producir 10.000 unidades al día, cuando se utilice el PET la capacidad diaria por botella se elevará a entre 20.000 y 30.000 unidades.

El cambio llevará aparejado menos gastos en combustible para el transporte, además de una menor necesidad de energía para su fabricación. En la actualidad se ha elegido ya el diseño definitivo, se ha fabricado el molde y se trabaja en el proceso de llevar ese prototipo a la fabricación industrial, algo que será una realidad en los próximos meses.

Esta decisión de cambio de material, que ya es una realidad, tendrá importantes consecuencias medioambientales de

ahorro de energía y de menor impacto ambiental por parte de la empresa, algo que se traducirá en una menor huella de carbono de Fabrienvaf Nuca.

El cambio no se puede aplicar a los grandes envases de Fabrienvaf Nuca porque no lo permite el PET; ni tampoco al formato del oxígeno activo, envases que ya están trabajando su desarrollo en la empresa. Pero el resultado ya logrado será importante porque afectará a al menos cuatro millones de botellas de El Milagrito al año, una cifra que se incrementará durante 2023 para ajustarse al plan de expansión de la firma.

## FUERTE COMPROMISO

Fabrienvaf Nuca recibe desde 2016 las certificaciones ISO 9001 y 14001, algo a lo que se suma la catalogación Calculo y Compensación durante 2019 y 2020. Para lograrlo, la empresa ha hecho una doble apuesta por la sostenibilidad: la financiación de un proyecto ambiental en La Burgalesa y de una iniciativa hidroeléctrica en La India. Compromisos con el Medio Ambiente que tendrán continuidad este año con nuevas iniciativas que ya se barajan y que vuelven a poner de manifiesto la firme apuesta de Fabrienvaf Nuca con la sostenibilidad del planeta.

