

Fabrienvaf NUCA, S.L.



"EL MILAGRITO"

Boletín Informativo. Nº7. Mayo 2023

SOSTENIBILIDAD

El Milagrito lanza al mercado las primeras unidades de sus botellas PET, 100 % reciclables

PÁG. 2



EXPANSIÓN

Acuerdo con el Grupo IFA para impulsar la distribución de nuestros productos a nivel nacional

PÁG. 7

EVENTOS

Fabrienvaf Nuca S.L. participa como colaborador en el VI Congreso de FEICASE

PÁG. 8



ENTREVISTA DEL MES

Javier Castro Molera:

"Un director comercial debe adivinar, con los datos y el conocimiento que tiene, el futuro del mercado"

PÁG. 3-5

El Milagrito lanza al mercado sus botes PET 100 % reciclables con pistón irrompible

La pistola está en el top 10 de las mejores a nivel mundial y responde a la mayor petición de los consumidores

Fabrienvaf Nuca ha lanzado ya al mercado las primeras unidades de sus botellas PET. Tras meses trabajando en distintos formatos para hacer la apuesta medioambiental del cambio de material para la botella contenedora, la firma ha apostado por el mejor posible y ha elegido un pistón irrompible que figura en el top 10 de las pistolas Premium a nivel mundial, al ofrecer máxima seguridad por contar con válvula de cierre.

Desde la dirección de El Milagrito su gerente, María Castro, explica que este tipo de pistola responde a la mayor petición de los consumidores y usuarios habituales del producto: pedían una pistola de máxima calidad, que estuviera a la altura del producto que contiene. De ahí que se haya querido hacer realidad esta sugerencia constante.

SOSTENIBILIDAD Y AHORRO DE TIEMPO

Esta ha sido la principal motivación para complementar



el cambio a las botellas que se ha transformado a material PET 100 % reciclable para el degreante El Milagrito en formato de 1 litro y de 750 mililitros. Un cambio al PET, Polietileno de tereftalato, que es un tipo de plástico reciclable 100 %, que pesa entre un 20% y un 25% menos y se fabrica en un tercio del tiempo de los actuales.

Al ahorro energético en la elaboración de los botes PET se suma la menor necesidad de combustible para su traslado porque pesan menos. Reducciones de energía que se verán reflejada en una menor huella de carbono y una apuesta firme por el planeta. Y es que las nuevas botellas PET permiten ser recicladas en múltiples ocasiones y tiene un bajo grado de toxicidad, algo que las ha convertido en el material perfecto para cumplir la filosofía de Fabrienvaf Nuca de cuidar el planeta y aporta su granito de arena para conseguirlo.



Entrevista a Javier Castro Molera, director comercial de Fabrienvaf Nuca

“Un director comercial debe adivinar, con los datos y el conocimiento que tiene, el futuro del mercado”

“El pasado año tuvimos 450 clientes. Trabajamos por llegar a los 550 y crecer en puntos de venta y en las referencias que nos compran”

¿Cuáles son las funciones de un director comercial?

En mi caso, la primera función fue crear una verdadera red de venta a nivel nacional, alinearla con la visión de la empresa y, a su vez, alinearla con las prioridades del cliente.

También es importante el acompañamiento comercial: Comprender e intentar adelantarme a los impulsores del crecimiento. Establecer los objetivos y realizar un seguimiento y evaluación de los mismos. Planificar y organizar programas de venta

y comercialización. Diseñar y realizar programas de formación. Participar en la política de precios y presupuestos. Diseñar y controlar el servicio postventa que prestamos a nuestros clientes. Y colaborar con los departamentos de marketing, logística, finanzas, producción, dirección...

¿Qué es lo más difícil de tus cometidos?

Un director comercial siempre debe pensar en el futuro a corto, medio y largo plazo, sin dejar de mirar el pasado, y debe adivinar,





con los datos y el conocimiento que tiene, el futuro del mercado. Esta predicción futura conlleva muchísima responsabilidad, ya que es, sino el principal, uno de los principales pilares para realizar el presupuesto general de la empresa.

¿En qué momento se encuentra la empresa a nivel comercial y de expansión?

La empresa, con su producto estrella a la cabeza, el desengrasante El Milagrito, tiene, hoy por hoy, peso en el mercado nacional.

El reconocimiento de nuestra marca dentro de nuestro sector es superior al 90% a nivel de nuestros clientes o posibles clientes (importante diferenciarlos de los consumidores). Somos una de las primeras opciones para implantarnos en sus puntos de venta, y donde ya estamos implantados, que apuesten por nuestro producto para incrementar su rotación.

Respecto al consumidor, popularmente conocido como "El Jefe", seguimos siendo capaces de generar interés y, en nuestro caso, además, simpatía. El mercado tiene dos líneas muy definidas: Trabajamos por el mantenimiento de nuestros consumidores y luchamos para conseguir nuevos.

La expansión la podemos definir como un capullo a punto de abrirse en flor. Llevamos muchas semillas sembradas, regadas y cuidadas con mimo, cuando llegue su momento brotarán y florecerán.

¿Es más fácil abrirse mercado en tiempos de crisis, o al contrario?

Indistintamente, en ambos casos, lo importante es tener las herramientas adecuadas para cada momento y saber utilizarlas. En tiempo de crisis, los mercados se seleccionan, si tienes una posición consolidada, estabilidad económica y capacidad para promocionarte, la situación se convierte en ideal para abrirse mercado. En un periodo de crecimiento, valdría con mantenerse estable y que la tendencia te arrastre, aunque está claro que nosotros no actuaremos de esta manera, nosotros iríamos con todo.

Se trabaja en la internacionalización de los productos. ¿Es más

complicado diseñar la planificación comercial cuando se va a empezar a operar fuera?

Por supuesto, idioma, legislación, conocimiento del mercado, desconocimiento de nuestra marca... Comercialmente empiezas desde cero. Existen diferentes canales, aunque lo hagan, nadie nos puede afirmar cual es el acertado, pero nuestro triunfo llegará. Podemos resumirlo en una frase de Pablo Neruda "El triunfo surge de las cenizas del error"

¿Cuáles son los retos comerciales más inmediatos?

Ganar la batalla del día a día. Me explico, el mercado de los desengrasantes es un mercado plano desde hace años, no crece, pero, afortunadamente, tampoco decrece. En esta situación la única posibilidad de crecimiento es sumando nuevos consumidores al efecto El Milagrito, arrebatándoselos a nuestros competidores, y consolidando a los nuestros.

Hay que tener en cuenta que hoy la oferta de desengrasante es la más amplia de la historia, y todos los fabricantes nos movemos en los mismos mercados, quien quiera crecer, cosa que todos queremos, debe arrebatar, por eso el reto comercial más inmediato es ganar la batalla del día a día.

¿Y a largo plazo?

Son muchos, si los ligamos a la pregunta anterior, trabajamos para convertir a nuestros clientes en fans de nuestra marca y productos, alineándonos, comprendiéndolos y desarrollando una cultura de cliente.

Y, por supuesto, numéricos, y no me refiero sólo al económico. El pasado año nuestra cartera de clientes se acercó a los 450, para este año estamos trabajando para alcanzar los 550, aumentar los puntos de venta, aumentar el número de referencias por cliente...

Al ser segunda generación al frente del negocio, ¿qué recuerdos tienes de la fundación de la empresa?

De la fundación no tengo recuerdos, ya que aún no había nacido.

Mis primeros recuerdos, con aproximadamente 8 años, eran cuando nuestra fabrica se encontraba en la calle Sevilla, en Gines. Para mí, más que una fábrica, era lo más parecido a lo que hoy puede ser un circuito de paintball y, posteriormente, con dos papeleras, una cancha de baloncesto. En esta pregunta me podría extender muchísimo, me acuerdo de un sofá oscuro con olor a tabaco, de algunos trabajadores, de una pequeña oficina en la calle Marqués de Parada y, por supuesto, de mi padre.

¿Es difícil trabajar en una empresa familiar?

No, todo lo contrario, los problemas lo generan las personas. Por naturaleza los padres ayudan a sus hijos, los hermanos se ayudan

entre ellos, un tío ayuda a su sobrino... En una empresa familiar tienes la suerte de tenerlos a tu lado apoyándote y apoyándolos. Me reitero, si hay problemas es porque los genera la persona, no el familiar.

¿Qué significa para Javier Castro Fabrienvaf Nuca?

Vida, familia, orgullo, pertenencia... Responder a esta pregunta es muy fácil o muy difícil, Fabrienvaf e Industrias Andaluzas Castro son parte de mi árbol genealógico, son parte del árbol de mi vida.

¿Qué te sugiere la palabra El Milagruto?

Trabajo, mucho trabajo, sacrificio, constancia, admiración... futuro.

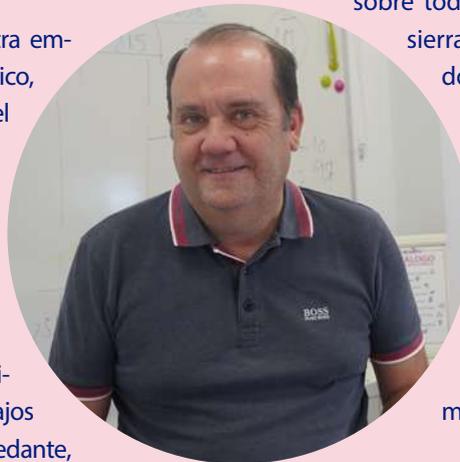
Un apasionado del mar y de las biografías con cinco hijos y muchas aficiones

FORMACIÓN Y EXPERIENCIA LABORAL

Se formó en Diseño gráfico, Marketing y Dirección comercial. "Dentro de nuestra empresa puedo decir que, prácticamente, he realizado casi todas las funciones. Sumando mis dos etapas llevo aproximadamente 20 años. He trabajado en producción, logística, administración, comercial, expansión y, actualmente, dirección comercial", afirma con orgullo.

Javier Castro explica que "fuera de nuestra empresa, trabajé 4 años como servidor público, concretamente desde el año 2011 hasta el 2015. Me tocó lidiar con una de las peores crisis que se recuerdan. Afortunadamente, a día de hoy, todavía me paran por la calle y me dan las gracias por el trabajo realizado durante esos difíciles años, algo que me enorgullece.

También monté una empresa de rehabilitación de edificios, con el nombre Trabajos Técnicos JC, S.L. Puede que parezca pedante, pero cuando coincido con algunos administradores de fincas me animan a retomar esta actividad, algo que ni me lo planteo. Mi futuro laboral no lo veo fuera de nuestra empresa, estoy super involucrado e ilusionado, y espero que, dentro de muchos años, me pueda retirar en la que considero que es mi casa", relata.



NÚMERO DE HIJOS

Hijos, o hijas, para que nadie se pueda molestar, tengo cinco, concretamente tres chicos y dos chicas. ¡Menuda experiencia llevo viviendo hace más de veinte años!

AFICIONES

Mis aficiones son muchas, y si tuviera más tiempo, segu-

ro que tendría más, ¡hay que disfrutar de la vida! Por destacar algunas, me gustan los deportes, principalmente el futbol, antes lo practicaba y actualmente soy de mando a distancia y un padre más, que cree que sus hijos son el nuevo Modric y David Villa. Me gusta viajar, aunque rara vez puedo, suelo sustituir los viajes por rutas de senderismo, sobre todo en otoño-invierno, y siempre por la sierra. También soy un gran consumidor de documentales, de todo tipo, históricos, de naturaleza, ciencia... Algo que también me apasiona son nuestras tradiciones, principalmente la Semana Santa, de la cual procuro ser participe y no un mero espectador. Y, por último, quiero destacar la cocina, en casa o en la calle, en un restaurante o en un bar de tapas, y siempre con la mejor compañía.

UN LIBRO Y UNA PELÍCULA

Para la lectura, al igual que en el cine, me gustan los thrillers y las biografías, de las cuales he leído muchísimas, y todas coinciden en los mismo, mienten y exageran. Si me tuviera que decantar por un libro, me quedaría con los dos primeros tomos de Caballo de Troya. Y como película, el Rey Pescador, aunque ni volvería a leer el libro, ni vería de nuevo la película.

UN SUEÑO

Escoger solo un sueño me suena a que estoy desperdiciando mi vida, pero contestando a la pregunta, me veo en la orilla del mar, viendo cómo se mojan mis pies donde mueren las olas, con la tranquilidad de tenerlo todo conseguido, sonriendo y viendo como se cumplen el resto de mis sueños.

El Portal del Empleado, una forma de comunicación interna fácil y ágil

La plantilla de Fabrienvaf Nuca cada vez realiza más gestiones online a través del Portal del Empleado. El objetivo es que la comunicación con la empresa sea más ágil a través de esta plataforma.

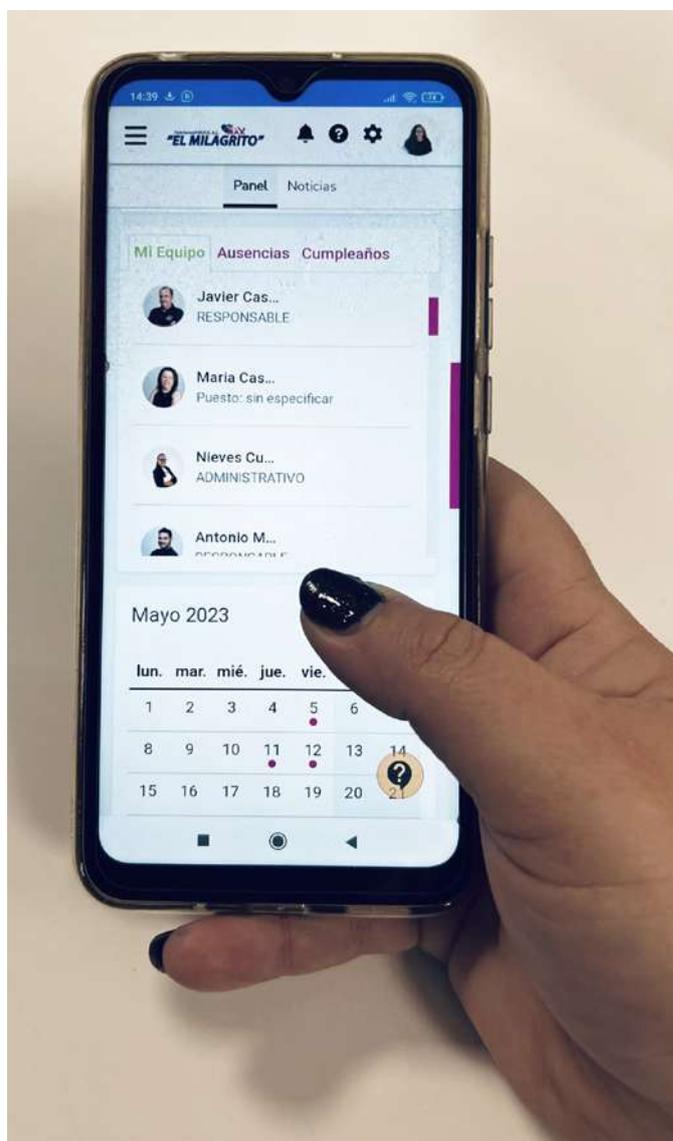
Gracias a este software, los empleados pueden mantener un contacto directo con la responsable de Recursos Humanos de una manera fácil y eficaz y tener todas las gestiones laborales en un mismo lugar: Contratos, nóminas, cualquier tipo de solicitud, ya sea de vacaciones, ausencias, modificación de datos personales, número de cuentas, cambio de residencia... son solo algunas de las acciones que el empleado tiene a su disposición.

Para la empresa también se ha convertido en una herramienta indispensable, ya que mejora la comunicación interna, reduce tiempo en tareas administrativas, incrementa el tiempo para tareas estratégicas y obtiene información veraz y actualizada siempre disponible. Gracias a esta plataforma, el área de Recursos Humanos puede aumentar su productividad en un 25%.

Otra de las características que nos ofrece este portal es poder ver el perfil de todos los empleados de Fabrienvaf, sus datos de contacto y si se encuentran en ese momento trabajando, lo cual es una herramienta útil para el empleado, por si necesita contactar con un compañero.

Para mayor comodidad, el portal ofrece una versión escritorio y una app para el móvil. Y tiene la posibilidad de firmar documentación requerida, lo que facilita la gestión.

El uso de esta forma de comunicarse con la empresa está ya muy consolidado y demuestra que la plantilla de Fabrienvaf Nuca es muy innovadora y apuesta por las nuevas tecnologías, hasta el punto de que ya prácticamente todas las notificaciones y comunicaciones se realizan a través del portal del empleado, un avance que es un logro de todos.



Apuesta por trabajar en las mejores condiciones posibles

Fabrienvaf Nuca prepara las instalaciones para hacer frente al calor

Este verano se prevé caluroso y ha adelantado algunas pinceladas de la presión que ejercerá sobre el mercurio. Por este motivo, Fabrienvaf Nuca ya ha realizado la puesta a punto de las instalaciones con la colocación de nuevos aparatos de aire acondicionado en las oficinas y ventiladores industriales en la fábrica, que permitirán a la plantilla trabajar en mejores condiciones climatológicas.

De ahí que esté ya todo listo para que, cuando aprieten las temperaturas, las instalaciones de Fabrienvaf Nuca estén en perfectas condiciones para que sus trabajadores rindan al máximo a temperaturas constantes.



Acuerdo con el Grupo IFA para la distribución de productos entre sus más de 11.000 establecimientos asociados

Supondrá la introducción de las distintas referencias de Fabrienvaf Nuca entre los distribuidores de todo el territorio nacional

Fabrienvaf Nuca ha firmado un importante acuerdo comercial que va a suponer un salto en sus ventas por toda España. Se trata de la rúbrica con el Grupo IFA, una firma por la que El Milagrillo pasa a ser proveedor a nivel nacional de este conglomerado de distribuidores. El acuerdo supone un importante paso para la expansión de Fabrienvaf Nuca por España, dado que las distintas referencias andaluzas pasan a estar en la mayor plataforma comercial para la marca de fabricante.

El Grupo IFA cuenta con una superficie comercial total de 7,5 mi-

llones de metros cuadrados repartidos en 11.065 establecimientos, consolidando su posición como primer grupo de distribución en superficie comercial en el mercado ibérico.

En las próximas semanas se tiene contemplado desarrollar una acción conjunta de ambas firmas para ofrecérsela a todos los asociados del grupo IFA y que puedan apostar por adquirir los productos El Milagrillo y distribuir las distintas referencias por todo el panorama nacional. Para Fabrienvaf supone un camino más directo hacia nuevos clientes, así como un crecimiento inminente destacado.



Fabrienvaf Nuca S.L. participa como colaborador en el VI Congreso de FEICASE

“El Milagrito” presenta en un stand sus novedades, con productos más sostenibles

La Ciudad del Conocimiento ha acogido en la mañana del 17 de mayo el VI Congreso de FEICASE. El Parque de Investigación y Desarrollo Dehesa de Valme ha sido el escenario de un punto de encuentro para alrededor de 200 asociados, colaboradores e instituciones, que juntos han analizado los cambios comerciales en el sector de alimentación y de la droguería de manera conjunta.

Entre los colaboradores destacan la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, la Diputación de Sevilla, el Ayuntamiento de Dos Hermanas y empresa del calibre de Fabrienvaf Nuca.

Fomentando el intercambio de ideas, el evento es uno de los más importantes del sector. En palabras de María Castro, gerente de Fabrienvaf Nuca S.L.: “Aquí están los principales distribuidores de alimentación y droguería de la provincia y no podemos faltar porque creemos firmemente en el asociacionismo, por eso estamos en FEICASE”.

Con dos talleres y una mesa redonda que tenían la relación proveedor-distribuidor como tema principal, el VI Congreso de FEICASE ponía el broche de oro a la jornada con la Entrega de Premios FEICASE 2023 al mejor Colaborador FEICASE, a la Trayectoria Empresarial más impresionante, A la Solidaridad, al Colaborador Especial de Congresos y, por último, a la mejor Gestión Pública.

La clausura del acto estuvo en manos de Antonio Agustín Vázquez, Delegado de la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Au-



tónomo de la Junta de Andalucía en Sevilla. Una vez finalizada su intervención, se dio paso al networking para concluir con la despedida en la zona expositiva.

Fabrienvaf confía en la muestra empresarial prácticamente desde sus inicios, y ha querido llevar a la cita sus novedades en productos, que apuestan por la sostenibilidad, como los nuevos botes del desengrasante El Milagrito fabricado en PET y el limpiador abrillantador, del que se regaló una unidad a cada uno de los asistentes en las bolsas de recuerdo.

