

Fabrienvaf NUCA, S.L. "EL MILAGRITO"

Boletín Informativo. Nº10. Agosto 2023



El Milagrito consigue el distintivo 'Proveedores sostenibles', que otorga la ONU por la implicación en la cadena de suministro PÁG. 2-3

ENTREVISTA DEL MES

Juan Macho Rodríguez

Sales Manager de Grupo Macho

"Hacemos el etiquetado de Fabrienvaf Nuca desde 2021 y los materiales han evolucionado hacia la sostenibilidad"

PÁG. 4-6



NUEVO CARGO

Javier Herrera, nuevo Key Account Manager Nacional de la empresa

PÁG. 3

DESPEDIDA

La importante labor de Juan José Diánez para estructurar Fabrienvaf Nuca

PÁG. 7

BALANCE

Fabrienvaf Nuca edita la II Memoria de Sostenibilidad

PÁG. 8-9



El Milagrito consigue el distintivo 'Proveedores sostenibles', que otorga la ONU por la implicación en la cadena de suministro

Se convierte en una de las 2.000 pymes de 38 países con 140.000 trabajadores que lo ostentan

Fabrienvaf Nuca acaba de recibir una nueva certificación, que refuerza su compromiso con la sostenibilidad. Se trata del reconocimiento 'Proveedores sostenibles', que otorga el Pacto Mundial de la ONU España junto con la Fundación ICO y el ICEX. El programa tiene por objetivo capacitar en sostenibilidad a las cadenas de suministro bajo los marcos de los Diez Principios y de la Agenda 2030. Para hacerse con el distintivo es fundamental, además de seguir un programa de capacitación, demostrar la implicación que tiene la empresa con la sostenibilidad en la cadena de suministro, así como con la innovación y con la competitividad. Valores que Fabrienvaf Nuca ha demostrado, entre otras acciones, con la publicación anual de su Memoria de sostenibilidad, un documento que detalla todas las acciones que la firma va ejecutando en este sentido.

La directora ejecutiva de Fabrienvaf Nuca, María Castro, ha resaltado la satisfacción de la plantilla por este nuevo reconocimiento que los acredita como proveedores sostenibles. "Coincide plenamente con nuestro diseño de empresa y con el trabajo que estamos realizando para conseguirlo. De hecho, hemos hecho un gran esfuerzo al cambiar nuestro sistema de producción y sustituir los envases habituales de nuestros productos por el PET, un reto con el que hemos querido demostrar nuestro compromiso real con el cuidado del Medio Ambiente, en reconocimiento también a los miles de consumidores que apuestan cada día por nuestra marca".





Fabrienvaf Nuca se convierte, así, en una de las 2.000 pymes de 38 países que suman una fuerza laboral de 140.000 trabajadores. En el Programa de Capacitación Proveedores sostenibles se incluye la formación a lo largo de cuatro módulos para que las empresas que entren en este “selecto club” demuestren que han mejorado la gestión de sus cadena de suministro y aceleren la transformación de sus empresas, encaminándola a la gestión responsable.

El de ‘Proveedores sostenibles’ es un programa de carácter internacional, ya que se enfoca no solo a los proveedores españoles, sino también a los internacionales. En concreto, las pymes participantes proceden de 38 países diferentes, entre los que se encuentran España, México, Brasil, Perú, Portugal, Estados Unidos, Reino Unido, Colombia, Alemania e Italia.

Javier Herrera, nuevo Key Account Manager Nacional de la empresa

Tras tres años en el Departamento Comercial, afronta la dirección de este nuevo reto

Fabrienvaf Nuca no deja de crecer y su expansión internacional aumentará la presencia de los productos en otros países. De ahí que, para reforzar el Departamento Comercial, la firma haya creado la figura del KAM Nacional, el Key Account Manager, que tiene como misión la gestión grandes cuentas nacionales de la empresa. Una figura que ha recaído en Javier Herrera Aguilar.

El nuevo responsable comercial lleva más de tres años trabajando en Fabrienvaf Nuca y tiene una experiencia dilatada en el sector de los desengrasantes. Hasta ahora venía desempeñando responsabilidades en Granada, Málaga, Almería y Murcia, cometidos a los que ahora se suma su nueva actividad a nivel nacional. ¡Mucha suerte a nuestro compañero en este nuevo reto!



Entrevista a Juan Macho Rodríguez, Sales Manager de Grupo Macho

“Hacemos el etiquetado de Fabrienvaf Nuca desde 2021 y los materiales han evolucionado hacia la sostenibilidad”

“Que las botellas de El Milagrito lleguen a casa de los consumidores en perfectas condiciones es una obligación para nosotros y un orgullo”



¿Qué puesto ocupas en Grupo Macho y cuál ha sido tu recorrido allí?

Ahora mismo soy director del departamento de marketing y jefe de ventas. Desde pequeño siempre he visto a mi padre y a toda mi familia trabajar mucho. Muchos días de mi infancia los he pasado en la fábrica conociendo el negocio, a veces sin darme cuenta. Todos los veranos me quedaba echando una mano a algún departamento, desde pre-impresión, a impresión, mantenimiento o almacén, para aprender el negocio desde todas sus áreas.

¿Qué destacarías de la profesionalidad y la trayectoria de tu empresa?

Hemos sabido adaptarnos a los tiempos, siempre reinvertiendo mucho dinero en la empresa y llevándonos menos para casa. Eso ha hecho que seamos pioneros en tecnología. Muchas innovacio-

nes han venido por petición de nuestros clientes, ellos han tenido una necesidad y nosotros hemos acometido una inversión importante para darle ese servicio.

¿Desde cuándo trabajáis con Fabrienvaf Nuca?

Desde mayo de 2021.

¿Qué supone para Grupo Macho tener la responsabilidad de elaborar las etiquetas de los distintos productos de Fabrienvaf?

Tanto Fabrienvaf como Macho son empresas familiares, ambos conocemos las dificultades del mercado y lo importante de la colaboración con nuestros partners. Creo que hemos dado con el cliente / proveedor perfecto para ambas entidades, porque saben que nuestra responsabilidad para con sus productos es total y que los sentimos como algo nuestro. Que las botellas de El Milagrito lleguen a casa de los consumidores en perfectas condiciones es una obligación para nosotros y un orgullo.

¿Tienen algo de especial las etiquetas, en cuanto a sus características técnicas?

Por supuesto. Al principio hicimos varias pruebas, ya que por sus características técnicas y por sus características visuales querían etiquetas muy brillantes y que deslizaran mucho. Hay multitud de materiales, tintas y barnices con muchas características distintas y hay que saber recomendar al cliente qué opciones le pueden servir, y probarlo todo en línea para comprobar que vaya perfecto.

Actualmente Fabrienvaf ha cambiado el material de sus botes a PET, ¿ha influido en la producción de etiquetas para ellos?

Sí, está cambiando un poco. Estamos en proceso de probar otros adhesivos, ya que la adhesión sobre PET es mayor y a la hora de re-posicionar la etiqueta se hace más tedioso.

El diseño de las etiquetas de El Milagrito está en constante cambio, ya sea por modificaciones en la normativa como por innovaciones propias. ¿Cómo lo planificáis con Fabrienvaf?

En Grupo Macho estamos acostumbrados, por nuestro portafolio de clientes exportadores, a trabajar con muchas referencias y con cambios constantes. Tenemos un laboratorio de pre-impresión muy ágil para dar el mejor servicio a nuestros clientes. Y no es menos cierto que Fabrienvaf es una empresa muy ordenada en este sentido y facilita mucho el trabajo. Tanto Marta Prats, desde marketing enviando los cambios y archivos nuevos en tiempo y for-



ma, como José Antonio García, desde compras, adelantando cada movimiento para que entre todas las partes consigamos que todo vaya perfecto.

¿Os influyen las recomendaciones medioambientales a la hora de producir las etiquetas?



En este sentido siempre hemos ido un paso por delante. Usamos placas solares de autoconsumo, recogemos agua de lluvia y trabajamos con los mejores proveedores, tanto para la gestión de residuos como para la obtención de materiales. Así, los materiales que usamos están certificados con distintivos ambientales y hacemos un uso responsable de los recursos naturales.

Para Fabrienvaf es importante que sus proveedores también cuenten con certificaciones de Calidad que los homologuen. ¿Cuáles tiene Grupo Macho?

Como certificaciones podemos contar con ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, FSC Cadena de Custodia y el Sello QAIPEC, de la Asociación Ibérica de Fabricantes de Etiquetas en Continuo. Actualmente también estamos homologándonos en BRC, que esperamos conseguirla durante este 2023.

¿En qué han evolucionado las etiquetas desde que empezasteis a trabajar con Fabrienvaf Nuca y hacia dónde va el futuro? (En cuanto a materiales, diseño, innovaciones, etc.)

Sobre todo, ha evolucionado en cuanto a sostenibilidad y siguen avanzando en este sentido. También ha entrado en juego el impuesto al plástico que nos complica a todos un poco la vida. La sostenibilidad va a seguir jugando un papel importante en el futuro próximo porque, aunque hay materiales más sostenibles que otros, aún hay que "normalizarlos" y estandarizar su precio. Queda camino por andar.

¿Conocías los productos de limpieza El Milagrito antes de vuestro acuerdo comercial? A día de hoy, ¿los utilizas en casa?

¿Quién no conoce El Milagrito? Claro que sí. Tenemos muchos clientes en distintos sectores, por lo que habitualmente consu-



mimos en casa los productos que llevan nuestras etiquetas. A nivel particular, es nuestra manera de colaborar con nuestros clientes y ayudamos a vender más etiquetas.

El nombre de El Milagrito le viene genial al producto porque son productos de muchísima calidad que se usan a diario, desde en la cocina a la ropa o las llantas del coche.

Un grupo familiar con 160 empleados y la tercera generación al frente

Grupo Macho se dedica al diseño e impresión de etiquetas adhesivas, encolables y sleeves

Se funda en 1954 por Juan Macho Hernández, abuelo de nuestro entrevistado. Una tía suya le prestó un local pequeño de 20 m², y con 15.000 pesetas empezó a funcionar como una imprenta tradicional en la que imprimía sobres, facturas y albaranes. Tras varias ampliaciones y mudanzas, siempre en Morón de la Frontera, actualmente cuentan con 2 sedes: una en Zaragoza con 3.000 m² y la sede central en Morón con 12.000 m².

Con una plantilla de 160 personas y una facturación de 26 millones de euros en 2022, su capital es 100% familiar. Ahora mismo la gerencia la ostenta Juan Macho Rodríguez-Buzón, padre de nuestro entrevistado, y ya hay 4 miembros de la tercera generación en puestos de responsabilidad en diferentes áreas de la compañía.



La importante labor de Juan José Diáñez para estructurar Fabrienvaf Nuca

A lo largo de los últimos cinco años se ha ocupado de configurar los distintos departamentos

La estructura de una empresa es fundamental. Mientras mejor organizada esté y más claros los cometidos de la plantilla, mejor funcionará y más competitiva podrá ser. Estos principios han estado presentes en Fabrienvaf Nuca desde hace años, y la clave para que sean una realidad tiene un nombre: Juan José Diáñez Málaga, que ha ayudado a que se consolide.

A partir de septiembre, Diáñez concluirá su labor al frente de Fabrienvaf Nuca. La directora ejecutiva de la empresa, María Castro, agradece la importante actividad que ha desarrollado “de todo corazón. Su papel ha sido clave en nuestro crecimiento –explica-. Ante todo, Juanjo ha sido un excelente compañero de viaje, que me ha aportado la tranquilidad de saber que estaba ahí, de saber que, en cualquier momento y para lo que hiciera falta, tendría su colaboración. Mediador y conciliador nato. Abierto siempre a cualquier nuevo proyecto, aportando y sumando”.

La gerente de Fabrienvaf Nuca resaltó que “Juanjo tiene muchos talentos ocultos por descubrir. Es un diamante a medio pulir con mucho nuevo que ofrecer, que, sin estar terminado, refleja un brillo deslumbrante”. De ahí que considere que “aunque nos da mucha pena que se vaya, entendemos que ha de dar un salto profesional y nos alegra que se marche a una buena empresa en la que, a buen seguro, también dejará muestras de su valía”.



En esta línea, la gerente de Fabrienvaf Nuca resaltó que “Fabrienvaf Nuca seguirá teniendo el sello de Juan José, aunque ya no esté con nosotros, y lo seguiremos considerando un amigo, porque su implicación y su buen hacer ha ido más allá de su profesionalidad. Siempre le estaremos muy agradecidos”, concluye.

La despedida de Juan José Diáñez Málaga: “Milagrillo para siempre”

“Queríamos ser una empresa con Alma y durante todos estos años lo hemos conseguido”

Cuando empecé en el 2017 a trabajar para Fabrienvaf Nuca, teníamos un gran reto por delante. No teníamos muy claro el camino, pero sí la meta. Sabíamos que queríamos hacer algo grande. Pensábamos que, como dice la frase que está escrita en la pizarra del pasillo: la manera de mejorar el futuro es creándolo. Pues nosotros nos lo creímos.

Luego, con el tiempo fuimos diseñando y dando forma a todo lo que queríamos hacer y cómo hacerlo, hasta que un día, en aquellas sesiones grupales con Mario, entre toda la fábrica, decidimos que queríamos ser una empresa con Alma. Testigo de todo aquello, son las paredes de la entrada que hoy cuelgan en forma de cuadros.

Nos pusimos manos a la obra, día a día, entre facturas, nóminas, papeles, envíos y reuniones. Durante todos estos años y sin darnos cuenta lo hemos conseguido. Si miramos para atrás, y reflexionamos un momento, podremos sentirlo: somos una empresa con Alma y estamos creando el futuro.

Sin embargo, todo esto no hubiese sido posible sin el pedazo de equipo que compone esta empresa. Desde el primero hasta el último y desde arriba hasta abajo. Ha sido un placer compartir toda esta experiencia con cada uno y una de vosotras. Gracias por vuestro compromiso, compañerismo y espíritu de superación. Ahora, sólo os queda mirar hacia el futuro y seguir creándolo. Milagrillo para siempre.

Fabrienvaf Nuca edita la II Memoria de Sostenibilidad

Se trata de un análisis exhaustivo de todas las actuaciones realizadas durante el ejercicio 2022



Fabrienvaf Nuca continúa su apuesta por el Medio Ambiente con la nueva Memoria de Sostenibilidad. El exhaustivo documento, de 84 páginas, analiza todo lo realizado durante el año 2022, además de apuntar la línea de trabajo que se seguirá en los nuevos ejercicios.

La publicación arranca con la Carta de presentación de la directora ejecutiva, María Castro Molera, que analiza el crecimiento registrado por la firma para recordar el esfuerzo que está realizando por parte de la plantilla. “Seguiremos buscando la excelencia en la fabricación de nuestros, posiblemente, mejores limpiadores del mundo que facilitan a nuestros consumidores las necesarias tareas de limpieza de forma eficaz, económica, agradable, transmitiendo alegría, energía positiva, mejorando la sociedad y colaborando en la restauración del medio ambiente”, destaca.

En esta Memoria de Sostenibilidad figura también una carta de presentación de Mario González Martín, responsable de Fabricación y técnico del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa. En ella resalta que “excelencia, perseverancia, coherencia y honestidad son hoy pilares clave para el éxito de Fabrienvaf Nuca. Por eso siempre nos hemos asegurado de que no sean simples palabras vacías. Cada día nos implicamos insistentemente para que estos pilares se mantengan presentes en cada uno de nuestros procesos y acciones”.

Así, la II Memoria de Sostenibilidad explica de manera detallada desde el “Quiénes somos” a los reconocimientos y certificacio-

nes conseguidos, junto a la ejecución del día a día a través de los canales de comunicación.

Esta Memoria de Sostenibilidad está dividida en 3 grandes áreas que la engloban: la medioambiental, la social y la económica. En materia medioambiental, resalta todas las acciones encaminadas a la gestión de los residuos, las buenas prácticas y la concienciación por el medio ambiente o la energía sostenible. En lo social se encuentra la importancia de la formación, el código ético, el portal del empleado y el cuidado de la plantilla, con mejoras que se han ido poniendo en marcha. También merece una especial atención la labor solidaria que se realiza, en aras de dar cumplimiento a la responsabilidad social corporativa de la empresa, algo que está en su propia razón de ser. En este sentido, se apuesta por la realización de donaciones y de inversiones a la comunidad, dentro del área económica.

UNA PLANTILLA JOVEN DE 25 TRABAJADORES CON MÁS DE 5 AÑOS DE ANTIGÜEDAD

Los datos de Fabrienvaf Nuca de 2022 son muy reveladores porque demuestran que la plantilla, que asciende a 25 empleados de media, está muy consolidada, dado que el 86 % de los trabajadores son indefinidos y la antigüedad media se acerca, con el 5,76, a los seis años. Se trata, además, de un colectivo joven, con una media de 35,12 años.

Más de 5 millones de facturación y 12.000 controles

La facturación anual superó los 5 millones de euros y la producción estuvo sometida a más de 12.000 controles de calidad y testeo, algo que supone una garantía para los 3,6 millones de litros totales fabricados de productos envasados, de los que se registró una media de más de 30.000 litros de desengrasante envasados por turno de trabajo. A ello se suma que más del 98 % de las entregas a los clientes se realizaron de manera eficiente y que los encuestados otorgaron un 9,2 sobre 10 de puntuación al desengrasante.

En 2022 Fabrienvaf Nuca contó con 29.245 seguidores en las redes sociales y se registró una media de 2,786,5 sesiones webs mensuales.

En materia laboral, los empleados participaron en 38 cursos de formación, se realizaron 946 actividades preventivas en maquinaria y se fijaron 41 indicadores de procesos internos (KPI).

En lo que respecta a la distribución, Fabrienvaf Nuca tiene presencia en 3 países: España, Portugal y Marruecos.



El compromiso con las ODS

Fabrienvaf Nuca S.L. impulsa diversas iniciativas que contribuyen a conseguir los ODS para avanzar hacia una sociedad más justa e igualitaria. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos por sus siglas ODS, son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda 2030 de desarrollo sostenible tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio, algo que la empresa fabricante de El Milagrillo se afana por cumplir.

A lo largo de la Memoria de Sostenibilidad se detallan las acciones, a nivel práctico, que Fabrienvaf Nuca impulsa para cumplir los ODS y que están relacionadas con aspectos tan importantes como la salud y el bienestar, el consumo responsable, la reducción de las desigualdades o la apuesta por las energías no contaminantes, entre otras.



FRASE CÉLEBRE DEL MES:

“Podemos quejarnos de que los rosales tengan espinas, o alegrarnos de que las espinas tengan rosas.” Abraham Lincoln