

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

Boletín Informativo. Nº23. Septiembre 2024



El Milagrito celebra por cuarto año consecutivo el Día Mundial de la Limpieza con la siembra de cipreses

PÁG. 2 y 3

ENTREVISTA DEL MES

Félix Calvo Cañada

Responsable de Expansión y Cobertura Nacional

"He visto crecer el departamento comercial y ahora tenemos un equipo de profesionales importante, con ganas"

PÁG. 5 - 7



NOVEDAD

Campaña de menciones en las principales emisoras de radio nacionales

PÁG. 4

CERTIFICACIÓN

La Junta otorga a Fabrienvaf Nuca el distintivo EMAS 2023

PÁG. 8



VISITA

La fan nº1 de El Milagrito regresa a nuestra fábrica

PÁG. 9



El Milagrito siembra medio centenar de cipreses para conmemorar el Día Mundial de la Limpieza

Los plantones llevan el nombre de cada empleado para que se ocupen de su cuidado hasta que se puedan trasplantar

El 20 de septiembre hemos celebrado, por cuarto año consecutivo, el Día Mundial de la Limpieza, y en esta ocasión hemos querido conmemorar con la implicación de toda nuestra plantilla no solo durante esta jornada, sino como hábito de vida. Este año, hemos plantado cipreses, una acción simbólica y concreta con el objetivo de contribuir no solo a la limpieza del entorno físico, sino también a la mejora de la calidad del aire. Estos árboles serán replantados en el futuro, cuando alcancen su crecimiento adecuado, como parte de un proyecto de mayor envergadura para ayudar a reducir la huella de carbono y combatir la contaminación atmosférica.

Este esfuerzo continúa la tradición que hemos mantenido en los últimos años, en los que en Fabrienvaf hemos tomado un rol activo en la promoción de la sostenibilidad. En 2021 y 2022, las actividades se centraron en jornadas de concienciación dirigidas a nuestra plantilla, utilizando juegos y concursos para involucrarnos en la importancia de la limpieza y el cuidado del planeta. En 2023, dimos un paso más allá y organizamos una jornada de limpieza en la ribera del Guadalquivir, a la altura de Coria del Río, recogiendo residuos para proteger uno de los entornos naturales más valiosos de la región.



Mario González Martín, nuestro responsable de calidad, expresó: “Cada año nos sumamos con más fuerza al movimiento global por la limpieza del planeta. Sabemos que es una causa urgente y necesaria, y por ello buscamos nuevas maneras de aportar nuestro granito de arena. Este año queremos contribuir a limpiar el aire, porque sabemos que es un reto vital para el futuro de todos.”

Mario González indica que “Hemos elegido los cipreses porque es una especie característica de la zona mediterránea, se pueden plantar en distintos tipos de superficie, se estima que a lo largo de su vida útil compensan aproximadamente 1 tonelada de CO2 cada uno, a lo que se suma que la calidad de su madera es muy buena. Además, se trata de un árbol muy longevo que puede llegar a vivir hasta 300 años y, en sus primeros meses de vida, su crecimiento es muy rápido. Tener un ciprés cerca puede implicar que se ahorre en el entorno entre un 15% y un 20 % de la energía”.

Cada maceta lleva el nombre de un trabajador. “Así personalizamos el cuidado de cada uno de los tiestos con las semillas. La plantilla se va a ocupar de que crezcan y podamos hacer posteriormente la replantación. Aquí entran en juego la concienciación de cada uno de nosotros y nuestra contribución colectiva a la preservación del Medio Ambiente de nuestro entorno”.



Para Fabrienvaf el cuidado del Medio Ambiente es una prioridad y por ello contamos con varios reconocimientos en esta línea, como el certificado de la Huella de carbono, las ISO 9001 y 14001, la certificación EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), el de Energía 100 % verde o el de Proveedores Sostenibles, entre otros.



Cada una de las macetas lleva el nombre de un trabajador de la empresa.

Nueva campaña de menciones a través de prescriptores con Julia Otero como novedad

Para el director comercial, “serán 100.000 millones de impactos inteligentes... y rosas”

En Fabrienvaf hemos empezado la temporada con una destacada campaña de menciones en las principales emisoras de radio de cobertura nacional. Este tipo de acción, que ya hemos realizado en anteriores ocasiones, cuenta con una novedad: la participación de la presentadora Julia Otero, un referente por su profesionalidad, entereza y fuerza. Desde Onda Cero, la conocida periodista de Lugo se suma al efecto de El Milagrito para expandirlo ante sus miles de oyentes.

La nueva prescriptora pasa, así, a recomendar nuestro producto estrella junto a los líderes de audiencia de las principales emisoras nacionales, como Jaime Cantizano, Federico Jiménez Losantos o Cristina López Schlichting, que ya han participado en las ediciones anteriores.

Según ha explicado nuestro director comercial, Javier Castro Molera, “ya llevamos tres años realizando menciones. En esta ocasión, lanzaremos durante septiembre y octubre 100.000 millones de impactos inteligentes y rosas, que es como me gusta definirlos. El proceso creativo es muy bonito porque para la preparación me implico en la campaña por completo, hasta el

punto de que participo en ella de lleno: escribo los guiones una vez que me he familiarizado con el estilo de cada programa y sus peculiaridades, y hago un esfuerzo para imaginarme al presentador realizando la mención o prescripción. También me pongo en la piel del receptor. Es un trabajo increíble, divertido, motivante, retador, pero en el fondo no me supone mucho esfuerzo porque con “El Milagrito” todo es muy fácil”, resalta.

NUMEROSAS ANÉCDOTAS

A lo largo de estas tres temporadas, la campaña de menciones ha acumulado muchas y divertidas anécdotas. “No se me puede olvidar – recuerda Javier Castro- cuando Jiménez Losantos le recomendó a Kiko Rivera (Paquirrín) que utilizara El Milagrito para limpiar un sofá de sky tras ..., o cuando le dijo a Manuela Carmena que limpiara los azulejos de la cocina, ya que, según había dicho la ex alcaldesa de Madrid, estaban extremadamente sucios. Tampoco cuando la mismísima Carmen Lomana preguntó si “El Milagrito” servía para la grasa abdominal... El día a día con las estrellas de las ondas no deja de sorprendernos”.



Julia Otero



Jaime Cantizano



**Cristina
López Schlichting**



**Federico
Jiménez Losantos**

Entrevista a Félix Calvo Cañada, Responsable de Expansión y Cobertura Nacional

“Mi trabajo es llevar El Milagrito a cada tienda de barrio y al pueblo más escondido”

“Ya no es solo introducir el producto, mantenerse; es un reto de todos: financiero, administración, logística, marketing, calidad, producción y dirección”

¿Cuánto tiempo llevas trabajando en Fabrienvaf?

Casi 3 años, pero parece que llevo toda la vida.

¿Cómo conociste El Milagrito?

Mi experiencia en empresas familiares hace que empatice y me interese por artículos sobre estas cuestiones. En este caso, a finales de septiembre de 2021, fruto de la casualidad, me encontraba en una jornada de relax en la playa leyéndome un reportaje en el periódico El Mundo, y conocí la historia de El Milagrito. Coincidió que esa semana me tocaba trabajar la zona con mi amigo y compañero Conrado, fue él quien me presentó a Javier Castro vía telefónica. Justo la semana siguiente me tocaba viajar a Sevilla a ver clientes, y aprovechamos para vernos. Dimos un paseo, me encantó su naturalidad, la forma de contarme su historia ... y desde entonces hasta ahora, a pesar de que mi idea era darme un año sabático. Como conclusión diría que con El Milagrito fue “amor a primera vista”.

¿Qué experiencia tenías en el sector de los productos de limpieza?

Mi experiencia en el sector es de 18 años. Empecé en un distribuidor de droguería, como vendedor (abriendo clientes y rutas) en las zonas de Albacete, Cuenca, Murcia y Almería. Fue una experiencia enriquecedora y gratificante, trabajando con buena gente, amigos. A los 3 años di el salto a una Fábrica de Aerosol (Vinfer) también familiar, empecé abriendo mercado (lo que más me gusta) en las zonas de Levante, Canarias, Baleares, Zona Centro y Norte en el Sector Profesional y acabé en la Dirección Comercial en ambas líneas: Consumo (doméstico) y Profesional, pero centrado en el equipo comercial, dando apoyo por toda España durante 14 años.

¿Crees que es un sector difícil?

Rotundamente sí, porque hay de todo, con productos de todas las calidades y de todos los precios, pero no es nuestro caso, El Milagrito es algo especial.



Junto a su compañero Javier Castro, director comercial de Fabrienvaf Nuca.



¿En qué consiste tu trabajo?

Hay una frase que se me quedó grabada, que no es mía, pero resume y define mi trabajo en Fabrienvaf: “Estamos en un momento de crecimiento y consolidación: nuestro reto ahora es estar en cada tienda de barrio y en el pueblo más escondido”. Mi trabajo es expandir nuestro Milagrito por todas las zonas, ciudades, pueblos y barrios, dar cobertura a nuestros compañeros del equipo comercial, junto con Jose Luis, y siguiendo las directrices de la Dirección Comercial. Es un reto personal, muy motivador que con la confianza que se me traslada, hace que me resulte fácil y disfrute día a día. Moverme por muchos puntos de España, seguir conociendo diferentes personas es lo que siempre he hecho y ahora es un gran orgullo hacerlo con El Milagrito y verlo crecer.

¿Qué crees que puedes aportar a tu cargo con tu experiencia?

Me motivan los nuevos retos, sobre todo cuando creo en el producto, pero para mí es más importante el equipo humano que se encuentra detrás. Me involucro al 100%, 24/7, no sé hacerlo de otra forma. Por suerte así lo vivo y personalmente me lo puedo permitir. Aporto todo lo que sé y conozco, en ambas líneas, profesional y consumo: contactos adquiridos en todos estos años de experiencia, a nivel de cadenas nacionales, locales, regionales, distribuidores, nuevos compañeros en zonas concretas... El trabajo es como la vida, relaciones personales, más que clientes se van haciendo amigos. Pero, sobre todo, apporto esfuerzo, trabajo y constancia, siempre con alegría, una de mis banderas.

¿Es difícil introducir los productos en nuevos lugares geográficos?

Sí, pero se ha notado un cambio en este aspecto. Claro que no es lo mismo en el sur que de “Despeñaperros para arriba”, pero gracias al esfuerzo de los compañeros comerciales y de todos los departamentos, la presencia en cadenas nacionales y las inversiones de Fabrienvaf en publicidad, podríamos decir que es complicado que no nos conozcan.

Nuestro Milagrito “cae” bien, en el norte, sur, este y oeste, es bonito, da color y alegría, tanto al despacho del comprador, como al lineal y al hogar, a este último también alegría a la hora de la limpieza, eliminando todo tipo de manchas y, por supuesto, esa fragancia. Actualmente, es bastante más fácil de introducir en cualquier zona geográfica, aunque los demás también existen. Ya no es solo introducir el producto, hay que mantenerse, de ahí que no sea solo un trabajo del esfuerzo del equipo comercial, sino de todos: financiero, administración, logística, marketing, calidad, producción y dirigir todo bien.

Estás en contacto con cadenas y grandes distribuidores. ¿Es más complicado satisfacer a este perfil de cliente?

En cuanto Producto-Cadena, no me meto en un lio, porque ya lo he comentado con muchos compradores, los “grandes” de la distribución son distintos, a pesar de tener buenos amigos, la relación es menos personal, el producto importa, pueden abrirte la puerta por la relación que existe, pero luego eres un número. Si funciona, bien, pero si no, fuera. ¡Ojo! Entendible 100%, al contrario que las cadenas más pequeñitas, que creen más en el producto, dan más oportunidades, lo miman más, si ellos confían. Pero tenemos mucha suerte con nuestro Milagrito.

¿Crees que los consumidores son muy exigentes?

Son los que deciden, los que eligen o no tu producto y te dan esa rotación tan necesaria que hace que se vacíe el lineal. Los consumidores tenemos mucho de todo y de todas calidades y precio. Pero nuestro Milagrito es un privilegiado, gusta mucho.

¿Qué es lo que más te gusta de Fabrienvaf Nuca?

He tenido una acogida brutal desde el minuto uno que llegué y lo agradezco infinito, no es habitual. Sin dudar, las personas que forman parte de la familia de El Milagrito, mis compañeros comerciales, administración, finanzas, cobros, producción, marketing, logística, podría nombrarlos casi al 100%. Con Merche me he desahogado mucho, pero especialmente, aunque suene pelota me da igual, ha sido muy importante el apoyo de Javier en malos momentos, que los ha habido, y en los buenos (para mí fundamental). ¡Y nuestro Milagrito!

En estos años en Fabrienvaf, ¿has visto una evolución en la empresa con respecto al sector comercial?

Sí, cuando llegué me gustó mucho la relación Javier-Juanjo con el equipo comercial, pero es verdad que se ha notado un cambio, también por el trabajo anteriormente desarrollado de años atrás, que se ve reflejado en frutos que hace que los compañeros crean, aún más, en nuestro Milagrito. Actualmente, hemos sumado seis compañeros nuevos en distintas zonas y tenemos un equipo de profesionales importante, con ganas, no se puede mejorar, con un abanico de experiencia de 26 hasta 76 años, bajo una dirección que te escucha y el gran fichaje de un "millennial" como controler comercial. Estamos para luchar por la liga, todos los años sin problemas y en Europa siempre. Humildemente somos los mejores y hay futuro.



Un apasionado de la música con la alegría como meta

AFICIONES: La música y tocar en directo

UNA PELÍCULA: Podría decir muchas, pero me quedo con "Airbag"

UNA CANCIÓN: Podría decir muchas, pero me quedo con "Who my who" de AC/DC

UN LIBRO: Podría decir muchos, pero me quedo con "Los perros duros no bailan"

UNA CITA O LEMA FAVORITO: Cuanto más amor das, mejor estás. De Kase O

UN SUEÑO POR CUMPLIR: Estoy servido, alegría y más risas para todos y para los míos primero



Una visita muy especial: Feliciano, la fan n°1 de El Milagruto, regresa a nuestra fábrica

Su aprecio hacia la calidad y eficacia de nuestros productos, la han convertido en una embajadora espontánea de El Milagruto en las redes sociales

Hace unos días, recibimos una visita muy especial: Feliciano Sánchez Pozo, una de nuestras más fieles y entusiastas consumidoras, regresó por segunda vez a conocer nuestras instalaciones. Esta mujer, quien se ha declarado fan incondicional de nuestros productos de limpieza, volvió a recorrer los pasillos donde se elaboran los productos que ella utiliza y recomienda con tanto cariño.

La historia de Feliciano con El Milagruto comenzó hace unos años, cuando, movida por su aprecio hacia la calidad y eficacia de nuestros productos, se puso en contacto con nosotros para solicitar una visita a la fábrica. A través de nuestro director comercial, Javier Castro, coordinamos su primera visita, donde nos contagió con su entusiasmo y agradecimiento. Desde entonces, su pasión por nuestra marca ha ido en aumento.

No solo nos ha visitado dos veces, sino que también se ha convertido en una embajadora espontánea de El Milagruto en las redes sociales. Sus comentarios son frecuentes en nuestras publicaciones, donde siempre destaca las bondades de nuestros productos y anima a otros consumidores a probarlos. Para nosotros, Feliciano no es solo una cliente, ya la consideramos parte de la gran familia de El Milagruto y así se siente ella también.

NUEVOS USOS DESCUBIERTOS

Durante su reciente visita, que coordinó nuevamente con Javier, Feliciano compartió emocionada sus impresiones sobre los nuevos usos que ha descubierto de El Milagruto: "Mi hijo tenía una corbata que iba a tirar porque no conseguía quitarle una mancha que tenía, probé con El Milagruto y se ha quedado como nueva".

"Para mí, El Milagruto no es solo una marca de limpieza, es parte de mi día a día. He probado muchas marcas, pero ninguna como esta. Me hace sentir en casa", comentó Feliciano al equipo de Fabrienvaf.

Estamos muy agradecidos por la fidelidad y el apoyo constante de personas como Feliciano, quienes nos motivan a seguir mejorando y ofreciendo productos de calidad. Gracias, Fe-



liciano, por ser un pilar en nuestra comunidad y por compartir con tanto entusiasmo tu amor por El Milagruto.

Seguimos trabajando para cumplir las expectativas de todos nuestros consumidores, porque, como Feliciano bien dice, en cada botella de El Milagruto hay algo más que un producto de limpieza: hay dedicación, pasión y compromiso.



FRASE CÉLEBRE DEL MES:

"Individualmente, somos una gota. Juntos, formamos un océano."
Ryunosuke Satoro