

Fabrienvaf NUCA, S.L. "EL MILAGRITO"

Boletín Informativo. Nº29. Marzo 2025



**El Milagrito dona 14.288 €
a la Asociación Contra el Cáncer,
tras vender 274.000 botellas**

PÁG. 2 y 3

ENTREVISTA DEL MES

Sofía Gil Arellano

Técnico del departamento de Marketing

**"Para que el equipo
de marketing funcione
bien hacen falta
ideas frescas, una
buena estrategia,
organización
y coherencia"**
PÁG. 11 - 13



EVENTO

**Impulso a las relaciones
comerciales en la Feria
de Sevilla en Miami**

PÁG. 4 y 5



SOLIDARIDAD

**Colaboración con la XII
Campaña de Aseo y Limpieza
SOS Ángel de la Guardia**

PÁG. 6



MEDIO AMBIENTE

**Reunión con Seleziona
para coordinar el plan
de sostenibilidad**

PÁG. 7



El Milagrito dona a la Asociación contra el Cáncer 14.288 €, tras vender 274.000 botellas

La segunda edición de nuestra campaña “Milagros que pueden salvar vidas” ha superado la marca pasada y ha mostrado el lado más solidario de clientes, trabajadores y distribuidores

El cáncer recuerda que la vida puede cambiar de un momento a otro, pero también que el ser humano tiene una enorme capacidad de lucha. No podemos evitar la incertidumbre, pero sí estar ahí: apoyando y sumando esfuerzos. Por eso, la solidaridad se ha vuelto a hacer notar con fuerza en la segunda edición de nuestra campaña “Milagros que pueden salvar vidas”. Gracias al esfuerzo conjunto de clientes, trabajadores y distribuidores, hemos logrado recaudar 14.288 euros para la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).

Durante el mes de febrero, en Fabrienvaf Nuca vendimos 274.000 botellas en sus formatos Push Pull y Spray, destinando un porcentaje solidario por cada unidad vendida. Cada pequeño granito de arena ha contribuido a construir una gran ayuda.

SUMANDO ESPERANZA BOTELLA A BOTELLA

La entrega del cheque tuvo lugar en nuestras instalaciones, con un emotivo acto en el que la madrina de la campaña, la oftalmóloga Margarita Cabanás, y nuestro director comercial, Javier Castro, hicieron entrega de la donación al presidente de AECC en Sevilla, Jesús Maza.



“Todos han aportado su granito de arena para ayudar”, destacó Jesús Maza, agradeciendo la implicación de cada persona que ha hecho posible este logro. Por su parte, Margarita Cabanás subrayó la importancia de esta ayuda: “Para mí es un honor que hayamos superado la cifra del año pasado. Sé de primera mano el gran trabajo que realiza la AECC, y este dinero va a suponer un gran apoyo para muchas personas que lo necesitan”.

Tras la entrega, celebramos una jornada informativa en la que participaron nuestros empleados, proveedores y colaboradores como Julio Muñoz “El Rancio”, además de representantes de distintas entidades, como Francisco Javier Aguilar Sánchez, presidente de Tixe, y Federico Manuel de la Torre, secretario general de FEICASE.

Helena Ros, trabajadora social de AECC, explicó los servicios que ofrece la asociación: “Cuando te notifican un cáncer, te afecta de muchas maneras. Por eso prestamos apoyo psicológico, ayudas de alimentos, acompañamiento... En Sevilla contamos con más de 850 voluntarios que nos ayudan en esta tarea”.

Jesús Maza cerró el acto con un mensaje de gratitud: “Gracias a todos los que han hecho posible este milagro. Porque estos fondos van a reforzar nuestras líneas de investigación, promover la prevención y ofrecer asistencia a los enfermos y sus familias”.

Un año más, en El Milagrito hemos demostrado que la solidaridad no tiene límites, y que, botella a botella, podemos cambiar vidas.



Miami, punta de lanza de nuestra internacionalización

Fabrienvaf Nuca se desplaza hasta este estado americano para ampliar mercado

Nuestra Directora Ejecutiva, María Castro Molera, y uno de nuestros compañeros del Departamento Comercial, José Luis López Roldán, se han desplazado durante el mes de marzo a Miami en una expedición de empresas sevillanas para impulsar las relaciones comerciales con EEUU.

La Feria de Sevilla en Miami, celebrada el 8 de marzo en Coral Gables, ha sido el motivo del viaje, que ha estado acompañado por una ronda de reuniones empresariales entre las firmas asistentes y distintas compañías erradicadas en Miami.

Nuestra Directora Ejecutiva ha resaltado, tras el viaje, que “la experiencia ha sido muy enriquecedora, tanto a nivel profesional como personal. Se nos ha abierto un interesante camino para exportar nuestros productos. Y la Feria de Sevilla en Miami me ha recordado la vuelta al origen de lo que fue la Feria de Abril en Sevilla de aquellos primeros años de finales del S. XIX, en los que se cerraban los tratos con un apretón de manos, y cuyo objetivo mercantil se fue transformando en una de las celebraciones más emblemáticas de la ciudad”.

En Miami y en su feria me he sentido como en el recinto ferial de Los Remedios. Nos hemos divertido, por supuesto que sí, y nos ha dado tiempo de hacer turismo, pero sin perder de vista el propósito que nos ha llevado hasta allí, a José Luis López Roldán, miembro del equipo comercial de Fabrienvaf Nuca S.L. “El Milagrito”, y a mí.

María Castro ha explicado que “hemos celebrado varias reuniones en las que hemos dado a conocer El Milagrito. Nuestro producto ha traspasado fronteras y nos hemos sentido más orgullosos que nunca al comprobar cómo reconocen el trabajo y el esfuerzo que hay detrás de cada uno de nuestros botes rosas”.



Fabrienvaf Nuca ha compartido buenos momentos con representantes de empresas como Yolanda Onieva Castillo, ha conocido a personalidades de la ciudad, explorado nuevas posibilidades y líneas de trabajo, traído contactos que ya serán para toda la vida, “además de encontrarme con familiares como Álvaro Ortega”, explica nuestra directora ejecutiva. “En todo momento hemos participado en eventos con empresarios, instituciones y organizaciones como el Ayuntamiento de Sevilla, la Diputación de Sevilla, la Cámara de Comercio de Sevilla, Andalucía TRADE o la Asociación de Hosteleros de Sevilla. Todos ellos nos han acompañado hasta la otra parte del mundo para dejar patente que Sevilla estaba en Miami”.



María Castro Molera y José Luis López Roldán, durante el evento.



El Milagrito ha sido uno de los patrocinadores de la Feria de Sevilla en Miami.

Donación de El Milagrito en la XII Campaña de Aseo y Limpieza

Esta iniciativa, impulsada por SOS Ángel de la Guardia, tiene como objetivo recaudar productos esenciales de limpieza y aseo para las familias vulnerables de la ciudad

En El Milagrito, creemos en la importancia de contribuir a las causas sociales que mejoran la vida de las personas. Por eso, nos sentimos orgullosos de apoyar la XII Campaña de Recogida de Productos de Aseo y Limpieza organizada por SOS Ángel de la Guardia. Esta iniciativa tiene como objetivo recaudar productos esenciales de limpieza y aseo para las familias más vulnerables de nuestra ciudad, proporcionando un apoyo clave para quienes atraviesan situaciones difíciles.

Este año, hemos donado un palet de nuestro desengrasante en garrafas de 5 litros, con la esperanza de que nuestra contribución ayude a mejorar la calidad de vida de aquellas personas con dificultades económicas o en riesgo de exclusión social, y sabemos lo importante que es mantener una adecuada

higiene personal y del hogar. Estos productos no solo ayudarán a mantener un entorno más saludable, también representarán una oportunidad para que muchas familias puedan enfrentar su día a día con mayor dignidad y bienestar.

Para nosotros, participar en esta campaña supone más que una acción de generosidad, es una forma de reafirmar nuestro compromiso con la construcción de una sociedad más justa y equitativa. Cada vez que unimos fuerzas con causas como esta, estamos dando un paso más hacia la creación de un entorno más solidario, donde las necesidades básicas de todas las personas sean cubiertas. Creemos firmemente que, si trabajamos juntos, podemos lograr un impacto real y positivo en la comunidad.



Fabrienvaf Nuca refuerza su compromiso con el medio ambiente

Varios departamentos de la empresa se reúnen con Selezziona para coordinar el plan de sostenibilidad

El pasado 20 de marzo, varios departamentos de la empresa se reunieron con Francisca Molina, de Selezziona, para coordinar nuestro plan de sostenibilidad. Bajo el liderazgo de Mario González, responsable del Departamento SGI, trabajamos con un objetivo claro: fortalecer nuestro compromiso con la sostenibilidad y asegurar que Fabrienvaf siga siendo una empresa con valores sólidos y una visión responsable del futuro.

Durante la reunión, definimos los principales puntos en los que nos centraremos a partir de ahora para seguir avanzando en nuestra apuesta por una gestión más sostenible. Queremos que cada paso que demos refleje nuestro compromiso con el medioambiente, la eficiencia y el desarrollo responsable.

Con esta iniciativa, reafirmamos nuestra apuesta por que el crecimiento empresarial debe ir de la mano del respeto del entorno. Seguimos trabajando para que Fabrienvaf Nuca continúe siendo una empresa con alma y valores sólidos.



El Milagrito participará en PRIVEL, la nueva feria profesional organizada por Alimarket

Este noviembre, nuestra marca estará presente en PRIVEL, la nueva feria que se celebrará los días 5 y 6 de noviembre en el IFEMA de Madrid. Organizada por Alimarket, PRIVEL se ha convertido en un evento imprescindible para fabricantes de marcas privadas y retailers. Esta feria no solo será un punto de encuentro para los actores del sector, sino también una plataforma para fortalecer alianzas estratégicas, intercambiar ideas y explorar nuevas oportunidades de negocio en el competitivo mundo de las marcas privadas.

PRIVEL nace con la intención de ser un espacio en el que las empresas puedan crear conexiones clave que potencien la oferta de productos exclusivos y de alta calidad. En este contexto, El Milagrito se presenta como una de las marcas con proyectos innovadores que buscan marcar la diferencia.

Además de ser un escaparate para nuestras novedades, será la ocasión perfecta para aprender de otros profesionales del sector, intercambiar conocimientos y explorar posibles sinergias. En El Milagrito, creemos que participar en PRIVEL nos permitirá seguir creciendo, tanto a nivel nacional como internacional. Además, uno de los puntos más destacados de este evento es su enfoque en mercados internacionales,

especialmente en LATAM, lo que abre nuevas puertas para ampliar nuestro alcance y explorar nuevas oportunidades de negocio en el continente.

Estamos convencidos de que PRIVEL será un punto de inflexión en nuestro desarrollo, y estamos deseando compartir este evento con todos los que siguen y apoyan nuestra evolución.



Nuestra empresa ha formado parte de los “Sabores de Andalucía” de los Supermercados Díaz Cadenas

Hemos sido patrocinadores del sorteo de 177 carros de productos andaluces y de la donación de 17 carros solidarios

Fabrienvaf Nuca no podía faltar en el grupo de los patrocinadores de la campaña “Sabores de Andalucía”, que ha vuelto a hacer este año el Grupo Díaz Cadenas. La firma ha sorteado 177 carros de productos andaluces entre sus clientes y ha donado 17 carros en los que figuraban las botellas rosas de El Milagrito. Se trata de una acción con la que la empresa, que cuenta con 17 supermercados y 400 trabajadores, ha rendido homenaje al Día de Andalucía y a la importancia de apoyar los productos andaluces. Y nosotros, como proveedores que somos de su cadena, tampoco podíamos faltar.

Una campaña muy entrañable, que coincide con la filosofía de El Milagrito; con unos principios que nos han llevado a recibir el distintivo Corazón Andaluz y a llevar con mucho orgullo la bandera de nuestra tierra por todo el mundo.



El Milagrito, presente en la Semana Santa

Un año más, estamos presentes en la Semana Santa al formar parte de lo que siempre acompaña a los cofrades en los momentos estelares: los programas de mano. Esta temporada hemos salido en varios programas de Semana Santa, en concreto en los de Alcampo, la Cadena Ser, Onda Cero y La Cope. Un homenaje a nuestros clientes con el que buscamos que, cuando vayáis a consultar los horarios de las cofradías, os encontréis la huella de Fabrienvaf Nuca entre las páginas.



La familia de Fabrienvaf Nuca aumenta con un nuevo miembro: Miguel Baena Prats

Nuestra compañera Marta Prats y su marido, Borja Baena, han sido padres de un precioso bebé que vino al mundo el 9 marzo a las 22:25 horas. Miguel Baena Prats pesó 4,040 kilos y midió 55 centímetros. Queremos felicitar a nuestra compañera Marta, responsable del Departamento de Marketing y Comunicación, y a su esposo Borja, por el feliz nacimiento de su pequeño, un acontecimiento que llena de dicha a la familia de El Milagrito tras un embarazo que hemos visto crecer día a día en las instalaciones de Fabrienvaf Nuca.

Nuestra compañera Marta ha demostrado su implicación y su buen hacer con nuestro proyecto empresarial, aportando su profesionalidad para impulsar la marca El Milagrito por toda España

y más allá de nuestras fronteras. Nos ha demostrado que esa valía profesional se corresponde con una gran persona a la que echamos mucho de menos. Pero somos conscientes de que está disfrutando del mejor regalo que puede recibir cualquier persona: ser madre. De ahí que, aunque deseemos mucho que vuelva, más queremos aún que disfrute al máximo estos momentos inolvidables que está viviendo.

¡Enhorabuena a los felices papás! Marta, Borja ... estamos muy contentos con la llegada de Miguel, ¡el más pequeño miembro de la familia de El Milagrito! Os deseamos una maravillosa baja maternal, que seguro vais a disfrutar al máximo cuidando y mimando a vuestro bebé. ¡Qué lo criéis con mucho amor y felicidad!



Tu seguridad, Nuestra prioridad

La importancia de respetar los pasos de peatones y señalizaciones en el suelo de la fábrica

No siempre somos conscientes de los riesgos que implica no cumplir con la normativa, pero su implementación mejora la organización y contribuye a un entorno de trabajo más seguro y productivo. Fabrienvaf Nuca ha marcado claramente las áreas de tránsito peatonal, las zonas de carga y descarga, las rutas de evacuación y las áreas de almacenamiento, lo que evita accidentes como colisiones y caídas.

La señalización también ayuda a optimizar el espacio, evitar obstrucciones y mejorar la fluidez de los movimientos dentro de la fábrica, favoreciendo así la productividad.

La señalización del suelo está regulada por la Directiva 92/58/EEC de la Unión Europea y el Real Decreto 485/1997, que vela por la seguridad de los trabajadores. Esta norma establece medidas cuando no existen alternativas técnicas o de protección colectiva suficientes, complementando otras medidas de seguridad.



¡Sigue el camino de la seguridad!

¿Qué debe estar señalizado, según el decreto?

- ✓ **Acceso a zonas de trabajo** donde se requieran equipos de protección individual.
- ✓ **Entrada a espacios** que necesiten personal especializado y autorizado.
- ✓ **Vías de circulación** de la nave para mejorar la concurrencia de personas.
- ✓ **Peligros o espacios de riesgo** para que los trabajadores conozcan las medidas de seguridad.
- ✓ **Señalización de equipos contra incendios**, salidas y recorridos de evacuación.

¿Qué conseguimos con el cumplimiento de la señalización?

- ✓ **Reducción de riesgos:** Disminuye la posibilidad de accidentes y lesiones.
- ✓ **Mayor eficiencia operativa:** Evitamos congestiones y retrasos en las tareas diarias.
- ✓ **Cumplimiento normativo:** Ayuda a cumplir con las regulaciones de seguridad.
- ✓ **Cultura de la seguridad:** Fomenta un ambiente seguro donde se prioriza el bienestar de los trabajadores.

Entrevista a Sofía Gil Arellano, Técnica del departamento de Marketing

“Me encanta trabajar en El Milagrito porque es una empresa sevillana llena de ideas frescas”

“El departamento de marketing es transversal y clave para alcanzar el éxito de la empresa”

¿Qué te motivó a dedicarte al marketing y a la publicidad?

Decidí estudiar publicidad y marketing porque siempre me ha gustado mucho la creatividad y todo lo relacionado con ella. Lo único que tenía claro era que quería dedicarme a algo que me resultase divertido, y en marketing puedes hacer infinidad de cosas porque todo es posible.

¿Cómo ha sido tu trayectoria hasta ahora?

He trabajado en otras empresas en los departamentos de marketing, como diseñadora gráfica y en marketing digital y e-commerce.

¿Cuándo comenzaste a trabajar en Fabrienvaf? ¿Qué te motivó a unirme a nuestra empresa?

Comencé en noviembre del año pasado para sustituir la baja maternal de Marta Prats. Empecé unos meses antes para formarme y conocer el departamento.

Conocía El Milagrito de toda la vida y decidí entrar en Fabrienvaf porque es una empresa de aquí, de Sevilla. En los lugares en los que he trabajado anteriormente, ha dado la casualidad que eran también empresas sevillanas, y eso me encanta, poder trabajar en empresas españolas.

¿Cuáles son las principales responsabilidades en tu puesto actual?

Creación de contenido y gestión de redes sociales, campañas publicitarias en redes sociales y campañas para zonas comerciales. Me encargo también del diseño de folletos y soportes publicitarios, actualización de los diseños de etiquetas, cajas y fotos de productos; creación y difusión de Newsletters, y coordinación del contenido de los boletines informativos.

¿Qué crees que es lo más importante para que el equipo de marketing funcione bien?



Ideas frescas, una buena estrategia, organización y, por supuesto, coherencia. De nada te sirve realizar acciones de marketing sino van en línea con tu marca, producto o servicio. Como mencioné anteriormente, en marketing se pueden hacer multitud de cosas, pero de nada sirve hacerlas sin una estrategia realista que esté acorde a los objetivos.

¿Cuál ha sido el mayor desafío al cubrir esta sustitución y cómo lo has afrontado?

El mayor desafío es la propia sustitución en sí, ya que me he quedado sola al frente del departamento de marketing. Es algo nuevo para mí, un desafío muy ilusionante porque me motiva tener nuevos retos y salir de mis límites.

También, al principio, el cambio de perspectiva respecto al público objetivo, porque en otras empresas donde he trabajado las principales ventas eran online, y aquí, nuestros clientes son los establecimientos físicos y no el usuario final. Por otro lado, en redes sociales, los seguidores sí lo son, y lo que nos interesa es que nos conozcan y compren nuestros productos.

¿Cómo contribuye el departamento de marketing al éxito de Fabrienvaf?

El departamento de marketing, como otros departamentos, es transversal en la empresa. Afecta directamente al éxito de ella, ya que posiciona la marca, desarrolla las estrategias de comunicación, mantiene a los clientes y atrae nuevos, además de identificar nuevas necesidades. Hoy en día, estamos tan expuestos y sobresaturados de información que diferenciarse de otros y captar la atención del usuario es todo un reto.





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

Por redes sociales principalmente, siguiendo perfiles que se dedican al marketing y a la publicidad, donde comparten las tendencias y novedades de diseño, y escuchando podcasts sobre la actualidad de otras marcas. También me gusta ver las campañas publicitarias de otras empresas, aunque no sean del mismo sector, para observar qué hacen y dicen.

Además, continuo formándome con cursos. Hace poco finalicé uno de Marketing Digital. Como el mundo del marketing está en continuo cambio y crecimiento, creo que es muy importante mantenerse actualizado para no quedarte atrás en las novedades que puedan ayudarte a obtener mejores resultados.

¿Qué es lo que más destacarías en este tiempo trabajando en Fabrienvaf?

El buen ambiente entre compañeros. Esto me lo dijeron cuando realicé la entrevista y ahora lo puedo corroborar, porque desde el primer momento me han acogido como una más. Cuando comenzó la baja de Marta, todos me ofrecieron su ayuda para lo que necesitara. Estoy muy a gusto y agradecida de trabajar con ellos.

También la cantidad de grandes cambios e innovaciones que he visto en estos cuatro meses: el patrocinio en una feria internacional, la nueva línea de envasado, el brazo robot...

Y, como dice Marta, nuestras fieles seguidoras de El Milagrito, que nos comentan entusiasmadas sobre nuestro desengrasante en todas las publicaciones. Se agradece mucho que valoren el trabajo y que les guste e interese nuestro contenido.

Una joven soñadora a la que le encanta viajar y disfrutar de los suyos

FORMACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Máster en Neuromarketing

AFICIONES: Comidas familiares, cervecitas con amigos, tenis y golf.

UNA PELÍCULA: Tomates verdes fritos y El Rey León

UN PODCAST: Está de Moda

UNA CITA O LEMA FAVORITO: "Amar y darte a los demás" y "Adora y Confía" de Pierre Teilhard de Chardin SJ

UN SUEÑO: ¡Muchos! Viajar a Egipto y a México



Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad: Cinco años de compromiso por la igualdad

Fabrienvaf Nuca forma parte de este proyecto, desde hace cinco años, con el fin de fomentar una visión más inclusiva y equitativa dentro del ámbito empresarial y social

Fabrienvaf Nuca lleva 5 años formando parte de la Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad, una iniciativa promovida por San Telmo Business School con el fin de fomentar una visión más inclusiva y equitativa dentro del ámbito empresarial y social. A través de este compromiso, nuestra empresa ha consolidado su apoyo a la diversidad de género, entendiendo que la igualdad no es solo una obligación, sino una oportunidad para enriquecer y fortalecer nuestro entorno de trabajo.

La Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad tiene como objetivo promover la participación activa de las mujeres en todos los ámbitos, destacando el papel crucial que juegan tanto en las empresas como en las familias y las instituciones. Este enfoque inclusivo es algo que compartimos plenamente en Fabrienvaf Nuca, pues creemos firmemente en el poder de las personas y en la importancia de crear un entorno laboral que valore y fomente el talento sin distinción de género.

A lo largo de estos años, la Cátedra Mujer, Empresa y Sociedad ha logrado grandes avances en su misión de

sensibilizar y educar a las futuras generaciones de líderes sobre la importancia de la igualdad de oportunidades, la equidad y el compromiso social. Para nosotros, ha sido una fuente constante de aprendizaje y mejora, tanto a nivel personal como colectivo.

A través de esta colaboración, hemos tenido acceso a recursos, seminarios y conferencias que nos han permitido reflexionar sobre cómo mejorar nuestras políticas internas y garantizar un ambiente inclusivo en nuestra empresa. Esta alianza también nos ha dado la oportunidad de conectar con otras organizaciones que comparten la misma visión, creando una red de apoyo que fortalece nuestra misión de promover la diversidad y la igualdad en el ámbito empresarial.

Cinco años de pertenencia a la Cátedra nos han permitido contribuir a una causa tan importante como la equidad de género, y continuaremos trabajando con la misma dedicación para garantizar que nuestras acciones sigan reflejando esos valores.



FRASE CÉLEBRE DEL MES:

"El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día"
Robert Collier