

VALQUER

REVISTA
Número 04
2020

NEWS

UN AÑO PARA LA HISTORIA...

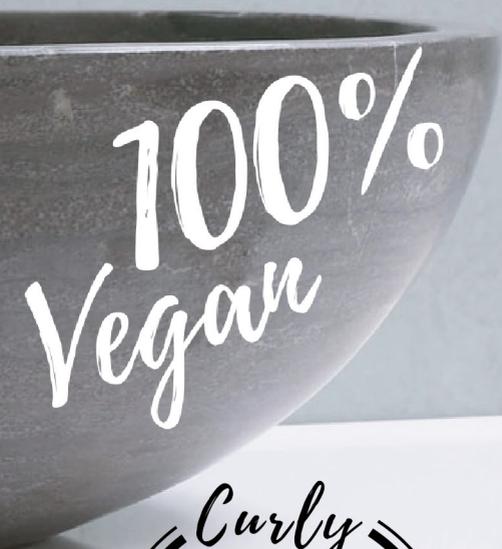


Valquer junto al Presidente de CLM y autoridades, honran el primer minuto de silencio en honor por las víctimas del COVID.

Método Curly Girl

3 pasos para unos rizos perfectos:

- Champú
- Mascarilla
- Acondicionador leave-in



Curly
Girl
Method



VALQUER
—PROFESSIONAL—

Carta del CEO de Válquer Laboratorios



▲ D. Jose Luis Cerrillo García-Ochoa
CEO de Válquer Laboratorios y coordinador de PERSONAS

Este año, quiero agradecer especialmente a todos nuestros clientes, trabajadores, proveedores y organismos; su implicación con nuestro EQUIPO. Sin su colaboración, el ADN de Válquer Laboratorios; no sería el mismo.

Como Director General de todas las PERSONAS que componen Válquer Laboratorios, me siento orgulloso de compartir mi sueño y gran reto profesional:

“Crear una Empresa SEGURA, donde seamos muy FELICES desarrollando productos de gran VALOR y que éstos, sean percibidos por nuestros CLIENTES y por la SOCIEDAD”

Estamos viviendo momentos y situaciones extraordinarias, inesperadas para todos nosotros. Por eso, ahora más que nunca, nuestro compromiso total con toda la Sociedad; apostando por importantes medidas de sostenibilidad y responsabilidad social, entre las que señalamos:

- Re-organización y movilidad de nuestro PERSONAL, evitando realizar hasta el momento, ningún tipo de ERTE en la empresa.
- más del 80% es contratación femenina.
- reducción del 100% del plástico en la nueva gama de champús sólidos. Conceptos Free Plastic y Zero Waste.
- más del 99% de productos son veganos.
- reducción del 95% del plástico en las oxidantes monodosis (sachets).
- comenzamos a colaborar con empresas sociales como AUARA y desde 2019, parte de los beneficios de Válquer Laboratorios, se destinan a la Fundación Stanpa, organización sin ánimo de lucro, que ayuda a mujeres y hombres con cáncer, bajo el lema: “Ponte guapa, te sentirás mejor”.

En Válquer Laboratorios, no sólo nos preocupamos por la salud y belleza de las Personas, sino que respetamos a los animales, cuidando nuestro Planeta.

Cordialmente,

SUMARIO

número 04

diciembre 2020



Nuevos lanzamientos	_ 6
Nuevas incorporaciones	_ 8
Canal digital	_ 10
Comercial nacional	_ 12
Internacional	_ 14
Sector farmacéutico	_ 16
MDD	_ 18
Nuestra historia	_ 20
Área social	_ 26
Sostenibilidad	_ 30

Valquer Laboratorios está asociada a:

 **stanpa** Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética
Spanish Cosmetic Toiletry and Perfumery Association


Asociación de la Empresa Familiar
Castilla-La Mancha

 **fedeto**
CEPYME TOLEDO

Edición:
Manuel Cerrillo Arrebola,
Pureza García Loizaga
Diseño y Maquetación:
David Gutiérrez Gómez

HIGIENIZANTE HIDROALCOHÓLICO

¡PROTEGE CON UN PEQUEÑO GESTO!



limpia, higieniza e hidrata



70° ALCOHOL

Vol. 70% alcohol

ALOE VERA ECOLÓGICO Y JOJOBA

Higieniza cualquier superficie:



manos



mascarillas



ropa



pomos



moviles



juguetes

Valquer Laboratories excluye cualquier responsabilidad por los daños que pudieran deberse a la mala utilización de sus productos.

Válquer amplía su gama de **Cosméticos Sólidos**

Válquer Laboratorios sigue impulsando su compromiso con el movimiento **Zero Waste** apostando por desarrollar nuevos cosméticos totalmente libres de plástico, tanto en su packaging como en su embalaje.

En esta ocasión se trata de **4 nuevos champús sólidos exóticos** y **3 nuevos cosméticos para el cuidado facial**, un exfoliante y dos aguas micelares, ideados y fabricados completamente por nuestro departamento técnico, cuya apuesta y compromiso por la investigación y un desarrollo más ecológico de nuestros productos, está

Limón; el champú sólido **SUNRISE** a base de extracto de Naranja y Papaya; el champú sólido **HEMP** con extracto de Cannabis que, junto con el Aceite de Cáñamo, es una de las combinaciones para tratamiento del cabello más exitosas en avances de cosmética capilar. Y finalmente, el champú sólido **LUXE**, con extracto de Arándanos rojos y Aguacate..

LIMPIADORES FACIALES

Las nuevas referencias en cosmética facial son el limpiador facial sólido **3 en 1 SUGAR**, formulado con aceite de semilla de albaricoque que se ex-



cada día más presente. Sin jabón, veganos y únicos en el mercado, nuestros productos cosméticos sólidos son totalmente respetuosos con el medio ambiente; presentando una **reducción del 100% de plástico en su embalaje**.

CHAMPÚS EXÓTICOS

Las cuatro nuevas y exóticas referencias de champú que se unen para satisfacer los gustos, son el champú sólido **ACID**, con extracto de Canela y de

trae directamente de los huesos de este fruto, como producto emoliente. Junto a este innovador producto encontramos dos más en el ámbito del Agua Micelar sólida: la referencia **ICE**, indicada para todo tipo de pieles, y también el Agua Micelar Sólida **BLUE ICE**, específica para el tratamiento de las pieles secas.

Curly Girl

#metodocurly



400ml | 1000ml

CHAMPÚS



290ml | 1000ml

MASCARILLAS



300ml

ACONDICIONADOR

¿Qué es el Método Curly Girl?

Éste es el nombre que la estilista Lorraine Massey le dió a este método para el cuidado del pelo rizado. Es un método basado en proporcionar y mantener la máxima hidratación posible para que el cabello rizado pierda el frizz y tenga unos rizos saludablemente definidos. Los ingredientes prohibidos en este método son: siliconas, sulfatos, parabenos, ceras y aceites minerales.



¿Es apto para cualquier tipo de rizo?

La línea Curly Girl define la curva natural del cabello ondulado, rizado y/o afro.

¿Por qué son específicos para cabellos rizados?

Están formulados con un activo 100% natural derivado del maíz que mejora la retención del rizo, controla el encrepamiento y mejora la resistencia a la humedad.

¿Se crean rizos si se aplica sobre cabello liso?

No, estos productos son específicos para cabellos rizados, ya que define el rizo natural, no crea el rizo.

¿Son productos aptos para niños?

Sí, ya que no cambian la estructura del cabello, ayudan a definir el rizo natural.

Afronto mi nueva andadura en Válquer como mi gran proyecto profesional

por Pureza García



Mi trayectoria profesional se ha desarrollado en el mundo de la **comunicación y el marketing**, en concreto en los sectores: belleza, moda y lujo. En cuanto a mi formación, soy Licenciada en Traducción e Interpretación y cuento con un Máster de Comunicación de Moda y Belleza que cursé en la Universidad Carlos III.

Desde pequeña siempre me fascinó el mundo de la belleza, en mi casa siempre me transmitieron valores muy sólidos para trabajar la autoestima, entre ellos me enseñaron que es de vital importancia **cuidarse para sentirse guapa**. Ahí surgió mi auténtica pasión por el mundo de la cosmética, recuerdo que en la mochila del colegio siempre llevaba mi colonia y un mini neceser con mi cacao de labios y el peine.

Pureza en su infancia ▼



Mi gran entusiasmo por el mundo de la cosmética y la comunicación me impulsaron a dar un giro a mi carrera profesional. **Unirme al equipo de Válquer** me ha supuesto un **gran reto profesional** que afronto con enorme ilusión. Decidí abandonar el sector editorial para emprender un nuevo camino gracias a Válquer.

El pasado mes de octubre me incorporé a la gran familia

de Válquer Laboratorios, es la sensación y los valores que me transmiten las personas que forman parte de este gran proyecto. Me han acogido de manera excepcional y es algo que agradezco a todos mis compañeros.

Tuve la suerte de conocer hace unos años a José Luis Cerrillo en la editorial Condé Nast, empresa donde trabajaba

Condé Nast es una editorial de revistas internacional con especial foco en Moda y Estilo de vida ▼



anteriormente, fue él quien me brindó la oportunidad de trabajar juntos. Espero transmitir todos los valores de la empresa a nuestros clientes y lograr muchos éxitos.

Mi principal objetivo es **potenciar la imagen de marca** de Válquer Laboratorios y liderar los procesos de comunicación interna. Pretendo posicionar a Válquer como la marca referente en el sector, lograr la excelencia a todos los niveles comunicativos y mantener viva la de su historia como empresa familiar.

Como Coordinadora de Comunicación formo parte del departamento de Comunicación, trabajo mano a mano con mi compañero David Gutiérrez, él desarrolla toda la parte creativa de manera muy profesional. El trabajo en equipo nos va a permitir alcanzar grandes logros, es la clave del éxito. Cada día se aprenden nuevas cosas tanto a nivel profesional como en la parte que se refiere a nuestros compañeros.

A pesar de la situación actual generada por la Covid-19 auguro un futuro prometedor a Válquer Laboratorios. Lo creo firmemente, cuenta con una **gran capacidad de producción** en sus instalaciones, **innovación** en sus productos y grandes **profesionales** al pie de cada proyecto. Válquer sabe adaptarse de manera ágil a las exigencias del mercado, es una empresa en continuo desarrollo y con un equipo de personas que rebosan talento. Tiene todos los ingredientes para seguir creciendo y creando los mejores productos de cosmética para todos nuestros clientes y consumidores.

La evolución del mercado digital en tiempos de pandemia

por Alicia Ávila



El 2020 empezó como un año donde se preveía un crecimiento regular en el mercado digital. Lo que no estaba previsto era la rápida evolución que tendría. El departamento únicamente lo integraba Alicia, sin embargo, debido a la creciente demanda del sector fué creciendo y en la actualidad han entrado a formar parte otras tres personas más: Isabel en la parte de RRSS, Óscar para temas de logística y Viviana para temas comerciales.



Lo sorprendente es que las industrias con mayor crecimiento en ventas online, no han sido las habituales, sino aquellas dedicadas a la alimentación, deporte, muebles y tecnología.

En la mayoría de los sectores, la pande-

mia del coronavirus ha afectado a sus economías, en especial, a las pequeñas y medianas empresas. Muchas de estas, se han visto obligadas a agilizar su aparición en el mercado digital y/o **potenciar su presencia en este sector**.

Y es que ya es un hecho que los ciudadanos españoles han incorporado en sus rutinas diarias una nueva forma de hacer sus compras. El confinamiento y el aumento del teletrabajo, aumentó también las ventas online así como la aparición de **nuevos consumidores** en este canal. Cambiando el comportamiento del consumidor y sus necesidades, hoy en día las empresas están preocupadas por en-

LA DIGITALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS HA COGIDO FUERZA DURANTE EL 2020

tender estos nuevos hábitos de consumo, por lo que la economía digital se ha visto fortalecida y son muchas las empresas españolas que han decidido potenciar sus ventas en este mercado, acelerando la transformación digital.

Según un estudio de IAB, España cuenta con 22,5 millones de compradores online. Una de cada dos personas aumentó su frecuencia de compras en internet. La consultora eMarketer prevé que España será el país con mayor tasa de incremento en el comercio online en los próximos tres años. Además, desde que se declaró el estado de alarma de Marzo de 2020, el comercio online en España ha crecido un 55%.

Por otro lado, las empresas digitales han visto también cómo su cuota de mercado aumentaba a lo largo del 2020 en, por ejemplo, los conocidos marketplaces Amazon o Aliexpress.

Hoy en día, este modelo de negocio está empezando a considerarse de carácter

HAY UNA NECESIDAD DE REINVENTARSE EN EL MERCADO DIGITAL

esencial. Por lo que, las empresas que nacieron en la economía tradicional ya se han planteado introducirse en el comercio electrónico. Existe una gran variedad de modelos de negocio digitales: a través de una tienda online propia, a través de marketplaces o incluso con las RRSS. Algo que genera algo de desconcierto, por lo que es recomendable **acudir a consultoras especializadas** que ayuden en cada caso a crecer en el mercado digital.

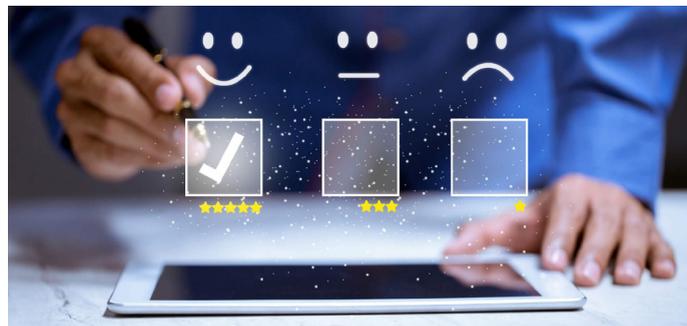
Además, es un buen momento para aprovechar la apertura de nuevos mercados internacionales.

Para tener éxito en todo ello, es necesario tener planteada previamente una **estrategia digital** clara y concisa, así como presencia en las redes sociales donde nuestro público objetivo esté presente. Dentro de esta, se debe definir el contenido que se va a generar para ofrecer valor a nuestro producto o servicio.

En 2020, Válquer Laboratorios ha crecido más del 100% dentro del canal digital,

potenciando marketplaces como Amazon y abriendo nuevos mercados en países como son Reino Unido, Italia y Francia. Además, los seguidores en RRSS han aumentado, como es el caso de Instagram donde se ha conseguido doblar la cifra de seguidores.

Como conclusión, **adentrarse en la digitalización de la empresa**, podría ser la solución de muchos negocios en estos tiempos. En este mercado digital, se debe cuidar al más mínimo detalle el ganar y conservar la confianza del cliente de forma permanente. Así como **invertir en marketing digital** para ganar una adecuada reputación online.



Animamos a todos nuestros colaboradores a potenciar sus estrategias en este mercado, dejarse asesorar es el primer paso. Por lo que, Válquer Laboratorios queda **a vuestra disposición** para toda aquella ayuda requerida.

Ampliamos la flota de vehículos para un **mejor servicio**

Offices ▶
Parking ▶
◀ Logistic

Desde el Departamento Comercial Nacional queremos expresar nuestro **compromiso, agradecimiento y colaboración**, en estos tiempos convulsos, para con todos nuestros colaboradores y clientes.

Hemos realizado un gran esfuerzo con la **ampliación de una nueva flota de vehículos** adaptada a las necesidades de nuestro equipo.

En Marzo nos sorprendió un estado inimaginable tiempo atrás y que nos hizo adaptarnos a las circunstancias, adaptando los puestos de trabajo a la nueva realidad con el fin de seguir aportando y apoyando al sector y a nuestros colaboradores y clientes, con iniciativas como **#Valquercontigo**.

Durante este tiempo de incertidumbre desde Válquer Laboratorios, no hemos dejado de trabajar en nuevos procesos, ideas e iniciativas encaminadas a generar productos de alta calidad, sostenibles y rentables para nuestros clientes y colaboradores.

Para el 2021 seguiremos esforzándonos por conseguir nuevos productos que aporten más rentabilidad y generen relaciones a largo plazo, afianzando las actuales y creando nuevas sinergias que lancen nuevos modelos de negocio.





VALQUER
LABORATORIOS
www.valquer.com

Estrategias Internacionales

por Jose Luis Cerrillo



Valquer Laboratorios ha intentado apostar por la venta al exterior, desde sus orígenes. Algunas operaciones de comercio exterior con ventas a Cuba o Panamá, fueron los comienzos de las ventas fuera de España. La internacionalización, vendría mucho después.

Para poder entender mejor la gran evolución, en lo que respecta a la internacionalización de Valquer, debemos remontarnos a mayo de 2011. A comienzos de 2011 estábamos preparando lo que sería nuestra primera participación en una feria internacional. El foco puesto en Asia: Japón. Fue en marzo del mismo año cuando el fatal terremoto/tsunami azotó la isla nipona, por lo que cancelamos la feria, aunque no nos rendimos. Ese año, primer año en la nueva planta de Toledo, queríamos apostar intensamente por lo internacional, así que viramos y nos decidimos a participar en nuestra primera feria internacional.

Llegó mayo y nuestra primera feria en el exterior. Una calurosa, joven, atrevida, cosmopolita, arquitectónica y misteriosa ciudad por descubrir: Dubai. Con 29 años recién cumplidos y sin ningún compañero para el viaje más que mi ordenador y muchas ganas de aprovechar aquellos 4 días de feria para "vender" todo lo posible, pusimos pie en los Emiratos Árabes a fin de provocar una nueva era en Valquer.

Dubai ▼



Lo que no me habían enseñado, o quizás yo no lo aprendí nunca en las universidades, **que vender fuera, no era lo mismo que el comercio internacional.** Y aunque habíamos viajado años atrás a centro y sur América, consiguiendo así nuestros primeros clientes en Perú, Ecuador, Brasil y Puerto Rico; quedaba mucho por hacer.

En los 4 días de feria, trabajé sin descanso, apenas un sandwich que me llevaban mis amigos iraníes y a seguir con cada una de las visitas que se dejaban caer por el stand. Mucho trabajo, buenas expectativas, buen seguimiento y cero pedidos. Un intenso máster que me costeó la empresa y el cual sirvió para provocar un verdadero punto de inflexión en la internacionalización de nuestra empresa.

A partir de ahí, entendimos que vender fuera, no era lo mismo que internacionalizarnos. La internacionalización debe

abarcando todo el proceso y cadena de valor del producto, desde su concepción (diseño, fórmula, envase, textos...), hasta su posicionamiento y fidelización en el punto de venta. Que los compradores internacionales, buscan principalmente dos tipos de productos:

- sustitutos de sus productos actuales para un mayor margen (es decir, PRE-CIO)
- ó INNOVACIÓN que llevar a su canal de clientes con la que enriquecer su negocio y a la propia sociedad.

Como es lógico, gracias al esfuerzo, dedicación y talento de todos los compañeros de Valquer, **apostamos por la INNOVACIÓN.**

Desde entonces, no hemos dejado de innovar en todo su alcance, sembrando y estrechando relaciones comerciales en diferentes partes del mundo.

En los últimos años, hemos sido pioneros en el desarrollo y comercialización de productos capilares sin ingredientes agresivos (concepto zero%) y mediante la apuesta firme de cosméticos sólidos (sin plástico). En la feria de Hong Kong de diciembre 2019, pudimos comprobar como nuestro concepto y apuesta, captaban la atención de la mayoría de visitantes, siendo nuestro stand el que más afluencia recibía.



Cosmoprof es la feria de cosmética y belleza profesional líder en el mundo

Desde 2019 hemos ido recogiendo parte de los frutos que hemos venido sembrando todos estos años, experimentando en 2020, un crecimiento superior al +300%.

A día de hoy contamos con 5 compañeros dedicados a tiempo completo a las relaciones y proyectos internacionales. No pretendemos vender en el exterior, sino contraer acuerdos de colaboración con los que seguir creciendo y evolucionando, junto a los negocios de nuestros clientes, nuestros colaboradores; nuestros amigos.

VENDER FUERA NO ES LO MISMO QUE INTERNACIONALIZARSE

Debido a la pandemia, hemos tenido que cancelar diversas participaciones durante 2020, entre ellas: Bolonia, Dubai, Alemania, Hong Kong... Aún así, **nuestro espíritu de emprendimiento y evolución continua** nos ha llevado a participar durante octubre, en nuestra primera feria virtual llamada "ECRM". Después de un laborioso proceso de selección y filtros, hemos atendido a más de 65 empresas de todos los continentes, con un índice de respuesta bastante elevado. El 90% de los compradores buscan producto sostenible, natural y efectivo; siendo éste el posicionamiento principal de nuestra empresa.

En resumen, y desde un punto de vista internacional, 2020 será el mejor de los años para Valquer Laboratorios. Estamos muy satisfechos con lo que venimos haciendo y en lo que venimos trabajando y prueba de ello es que los productos se distribuyen en más de 65 países, entrando cada vez con mayor fuerza y presencia en países como: China, Rusia, Argelia, Qatar, Ecuador, Perú, Rumanía, Polonia, Lituania, Venezuela, México, Bulgaria, Grecia...

La internacionalización no es fruto de los que salimos fuera, es consecuencia a un **trabajo de EQUIPO.**

El sector de farmacia en crecimiento

por **Monserrat Villa**



A pesar de la pandemia mundial que estamos sufriendo, más de **22.000 Farmacias venden ya productos Dermocosméticos**. Se ha detectado que el sector de la Dermocosmética cada vez cuenta con más espacio en el ámbito de la Farmacia. Este sector ha visto que día a día, el consumidor final confía mucho más en los productos de este tipo que puede encontrar en su establecimiento farmacéutico de confianza. De este modo, hay una mayor demanda, pero también es cierto que ha aumentado enormemente la competencia. Según datos de Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, existen casi 22.000 farmacias que participan en la venta de cosméticos, y cada día siguen creciendo.

Durante los confinamientos sólo se salía -o se sale- a la calle para lo esencial: ir a trabajar, a estudiar o a realizar tareas relacionadas con la alimentación o la salud. Y es en este contexto donde,

además de los higienizantes y mascarillas, se abre el abanico para todos los productos que podemos encontrar en la Farmacia, y que no siendo fármacos propiamente dichos, también se utilizan para la salud referida tanto al cuidado del cuerpo, como para la belleza: desde el champú hasta el tinte para el pelo; pasando por cremas corporales, maquillajes, perfumes y cómo no, cada vez más, productos específicos para cuidar la cara y las manos: cosméticos anti-polución y aquellos que combaten los signos del envejecimiento. Sin olvidar que la tendencia pasa por una creciente demanda de los consumidores por sustancias naturales: esto es, que el futuro de la innovación se encuentra en utilizar plantas exóticas, minerales marinos, e ingredientes lo más "saludables" y veganos posibles, que transmitirán al producto características únicas.



Champús sólidos ▲

El higienizante triple acción de Válquer que más se ha comercializado en farmacias



Y es que, por desgracia y como ejemplo, se ha detectado un **aumento** significativo de casos de **dermatitis atópica** y otras lesiones cutáneas como consecuencia de la Covid19 debido a la proliferación de **geles higienizantes y mascarillas de mala calidad**. Y entre el 2% y el 20% de los pacientes han manifestado múltiples síntomas que abarcan erupciones, urticarias o eczemas. De ahí la importancia de comprar en un lugar de confianza como es la Farmacia.

Debido a estos factores se sabe que más de un 50% de los consumidores de cosmética en España, prefiere acudir a un profesional como puede ser la farmacia o la perfumería especializada, cuando hay que comprar productos que entran en contacto directo con nuestra piel. Y más del 70 % de los profesionales farmacéuticos se han mostrado interesados en formar a sus equipos, para poder asesorar en Dermocosmética y productos de cuidado personal. Por eso, la Farmacia se ha convertido casi sin darse cuenta en un referente en cre-

cimiento constante, muy valioso para el sector, ya no sólo desde el punto de vista comercial, sino de asesoramiento para el consumidor.

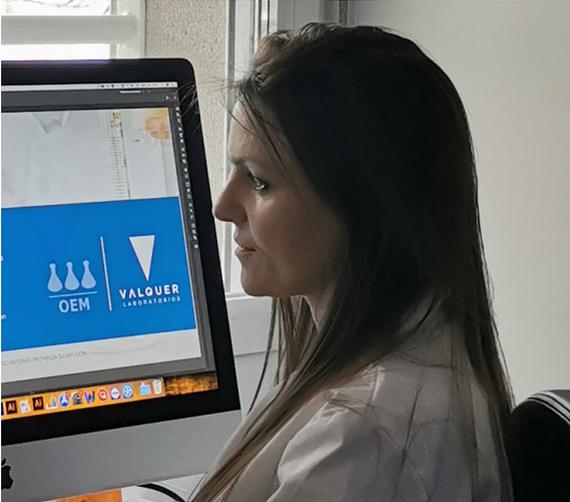
En Válquer Laboratorios lanzamos a primeros de año nuestra gama de Champús Sólidos de Tratamiento en las Farmacias de toda España, con una excelente acogida. Durante los meses más difíciles de la pandemia ha sido nuestro Higienizante de triple acción, el producto que más se ha comercializado y se sigue vendiendo, debido a sus ingredientes de Aloe Vera y Jojoba para el cuidado de la piel. Y para el último trimestre del año,

HAY UNA CRECIENTE DEMANDA POR PRODUCTOS NATURALES

lanzamos en el Canal Farmacéutico los nuevos Champús Exóticos también en formato sólido; así como nuestro Limpiador Facial junto con dos referencias de Agua Micelar (para piel normal y piel seca) por primera vez, también en formato sólido. Y todo ello, como siempre, con la garantía de Válquer Laboratorios, que cada día también estará más presente en el Canal Farmacéutico.

Las grandes marcas confían en Válquer como **partner** de sus productos

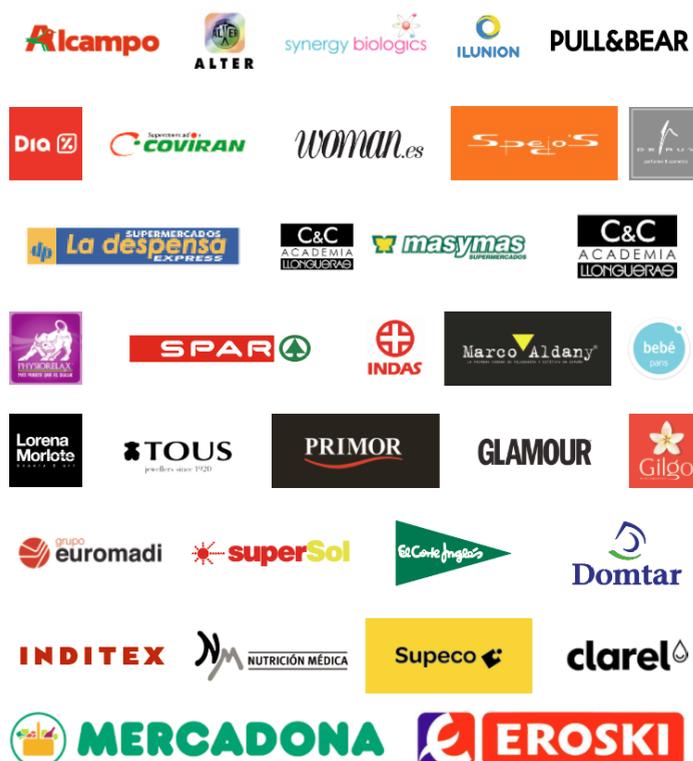
El equipo de MDD teletrabajando, de izquierda a derecha: Manuel, Montse, Ana y Javier ▼



Crece el departamento de MDD (Marca De Distribución). **Prestigiosas marcas** nacionales y multinacionales **nos confían sus proyectos** no solo para llevar a cabo la fabricación y envasado de sus productos, sino también el desarrollo e I+D de sus formulaciones, sin olvidar el toque de innovación que agregamos a cada proyecto.

Trabajamos estrechamente con nuestro departamento de compras, que coordina el diseño y acopio de packaging proveniente de todas las partes del mundo, e igualmente contamos con un equipo en el departamento técnico, que investiga, desarrolla las formulaciones y coordina la adquisición y compra de una gran diversidad de materias primas que disponemos de los cinco continentes.

El equipo de MDD está formado por: **Manuel Cerrillo** (*adjunto a la dirección general y director de compras*), **Ana Dorado** (*diseño y packaging*), **Montserrat Villa** (*asesora nacional de pharma*), y **Javier Fernández** (*asesor nacional de proyectos de marca propia*).



Nuestra Historia



Contada en primera persona por Manuel Cerrillo

Capítulo 3º

... continuación a la anterior revista nº 3.

En el capítulo anterior (revista nº 3) terminaba contando, que en 1988 una vez despojado de las participaciones y responsabilidades de la empresa del sector de artes gráficas, me incorporaba a tiempo completo a la plantilla de Válquer Laboratorios.

Empecé con mucha fuerza, que jamás perdí y me entregué en cuerpo y alma a la empresa. Tenía 37 años, casado y con dos hijos de 6 y 11 años, y muchas ganas de triunfar, de ser un fabricante respetado, admirado y reconocido. Llevábamos diez años de democracia y aún se notaba rencillas del anterior régimen sobre todo en la pequeñas poblaciones. En aquellos años era necesario medir las palabras cuando visitaba a los clientes. En el año 1988 España se puso de moda, habíamos superado los cincuenta millones de turistas y el país se convirtió en uno de los destinos favoritos de Europa. Perico Delgado había ganado el Tour de Francia, sumado a que la economía estaba subiendo. Llevábamos tres

años que habíamos entrado en la Comunidad Económica Europea (CEE), todavía la peseta tenía su valor. Los emprendedores estábamos floreciendo y las ideas se podían poner en marcha y los autónomos empezaban a despegar de manera lenta, pero exitosa. Los bancos iban reduciendo los intereses para agilizar la inversión. Las asociaciones daban un impulso muy importante a las empresas. A través de ellas, podías viajar, asistir a ferias y contactar con clientes de otros países, de alguna manera empezábamos a mirar a otros mercados.

Sin embargo, todo no era de color de rosa, el terrorismo formaba parte de nuestro día a día. El gobierno había llevado a cabo una reforma laboral que abarataba el despido, entre otras leyes económico social, provocando así una huelga general que paralizó a todo el país, mas de ocho millones de trabajadores organizados por los sindicatos, salieron a la calle, hasta RTVE cerró sus emisiones, siendo la única TV que teníamos en ese momento. En ese mismo año se prohibió el consumo de tabaco en los locales públicos, colegios,

hospitales, autobuses, trenes etc. Ese además fue el año que llegó a nuestras costas la primera patera con una persona fallecida dentro. En definitiva, en todo momento había revuelos políticos, amenazas, noticias distorsionantes e inseguridad. La tasa de paro por aquella época era del 17 % siendo el país con la tasa de paro más alta de Europa.

Pese a la situación general, nos hicimos una radiografía sobre una matriz DAFO, en donde analizamos nuestras Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que teníamos en aquel momento y en el mercado que íbamos a competir. Nos dimos cuenta que teníamos que seguir apostando por el sector profesional de la peluquería y estética, sin olvidar el público en general que compraba en los comercios destinados a la "Venta al Profesional de Peluquería y Belleza" teníamos que adaptar nuestros productos a sus necesidades, había que fabricar con certificados de calidad, y ofrecer productos profesionales de alta calidad a precios muy competitivos. Ya contábamos con un listado de Clientes que nos conocían un poco, pero teníamos que involucrarlos en nuestro proyecto. No se trataba de vender más y más, se trataba de conseguir una unión entre fabricante y distribuidor que generara una necesidad en el cliente final que produjera beneficios para la cadena; consumidor, profesional, distribuidor y fabricante.

A los consumidores, ponerles en sus manos productos funcionales y eficaces, de aplicación fácil y rápida. Se buscaba lo esencial y sencillo en la belleza. Un buen desmaquillador, un tónico y una crema para el rostro parecían ser suficientes. De ahí, en esa última década del siglo veinte, las hidratantes básicas se habían convertido en el producto de tratamiento con más demanda en todo los segmentos del mercado.

A los profesionales, facilitarles el material y la formación necesaria para que pudieran asesorar a cada cliente los productos que debían aplicarse y además que fuesen rentables para su negocio.

A los distribuidores, darles prácticamente el trabajo anterior hecho, y dotarles de la formación necesaria a sus comerciales, para que conocieran mejor los productos y formas de aplicación, entregarles material publicitario para exponerlos en establecimientos y escaparates para facilitarles la venta.

Respecto a la maquinaria, necesitábamos alguna nueva de envasado que nos aportara mayor producción y minimizara el coste del producto. Un reactor automático para fabricar 1000 kg de cualquier producto, también era muy necesario para producir más. Esas inversiones necesarias para crecer con más rapidez tenían que esperar un poco, antes teníamos que ver saturadas las pequeñas máquinas semiautomáticas que teníamos y generar un poco de liquidez para dar un cambio definitivo.

Ampliamos la línea de belleza Dr. Bullón y desarrollamos una nueva línea de tratamientos capilares que denominamos "FORTPEL". Más tarde la línea de belleza "Lady Válquer" destinada al público en general con el fin de reservar la Línea Dr. Bullón exclusivamente para los profesionales de la estética.

Diseñamos nuevos logos e imagen de las marcas, catálogos y material publicitario y nos veíamos preparados para acometer un crecimiento rápido e importante.



Al dedicarme exclusivamente a Válquer, la mayor parte del día la ocupaba en visitar a los

clientes. Empecé por la Comunidad de Madrid, desde las 10 horas que habrían los comercios de distribución hasta las 8 o 9 de la tarde, me hice con un grupo de clientes mejor dicho amigos que me acogieron con gran cariño y se volcaron con nuestra marca, independientemente a la Cooperativa de Peluqueros, -ya mencionada en la revista anterior nº 3-. Debo destacar entre otros a Nemesio Rubio, que empezó con una tienda en Alcorcón y continuó ampliando el número de tiendas llegando hasta Madrid. Tuvo la buena idea de abrir un Cash de venta exclusivamente al profesional de la peluquería y belleza, en una nave en el polígono industrial de San José de Valderas. Fue el primer Cash que participé directamente, ya que al tener conocimiento en artes gráficas -mi anterior sector- le ayudé a preparar una pequeña campaña publicitaria que llegó a todos los profesionales de la peluquería y estética de la Comunidad de Madrid. Con él aprendí mucho de nuestro sector. Hoy son tres Cash los que gestionan sus hijos; en Alcorcón, en San Fernando de Henares y en Alcobendas.

En nuestros comienzos, nos ayudamos mutuamente en todo lo que pudimos, -gesto que siempre agradeceremos- Los productos Válquer están en todos sus establecimientos. Nuestros hijos han tomado el relevo de ambas empresas, siguiendo ambos colaborando mutuamente y demostrándose un afecto y cariño especial entre ellos. Con Nemesio y Mari -su mujer- nos une una excelente amistad que perdurará en el tiempo hasta el final de nuestros días.

Otros primeros amigos y distribuidores a destacar, especializados en belleza que nos trabajaban la marca Dr.Bullón, entre otros: Nueva Visión, Lorena y Eloya, Hoyos y Rodríguez, todos ubicados en el distrito centro de Madrid.

Algunos clientes exponían con sus marcas de aparatología como distribuidores en la feria de Madrid "Salón Look", en esa época nuestra económica no nos permitía invertir y exponer en ferias, estábamos ampliando el

catalogo de productos y desarrollando nuevas formulaciones, pero llegaría unos años más tarde a exponer con mucha fuerza, y mientras tanto colocábamos nuestros póster y productos en los stand de algunos clientes y amigos que nos cedían un pequeño espacio.



Stand de Madrid: Manuel Cerrillo y su mujer Conchita

Aunque trabajaban la belleza, pero estaban más especializados en peluquería. En aquella época tuve un gran número de colaboradores amigos que aun continúan defendiendo la marca Válquer, entre ellos:

- Juan Mari de Comercial Dizma (Madrid centro)
- Antonio Garcés (Carabanchel)
- Bernardo y José Luís de Exclusivas Rizos (Carabanchel)
- Ángel Prieto de Perfumería Herrero (Barrio del Pilar)
- Comercial Pérez (San Blas)
- Martos Roldan (Fuenlabrada)
- Comercial Rafael (San Sebastián de los Reyes)
- Enrique Torres (Parla)
- Mazuela y López (Alcalá de Henares)
- José Delgado de Comercial Delse (Móstoles)
- Juan Castela de Comercial Castela (Getafe)

...entre otros.

Se trataba de tener un distribuidor en cada distrito de Madrid y municipios de la Comunidad. Algunos lamentablemente ya no están entre nosotros, siendo sus hijos los que han tomado el relevo. Sirva estas líneas como homenaje y agradecimiento a todos ellos.

Y a continuación me puse a hacer kilómetros, empecé a visitar toda España de punta a punta, intentando abrir distribuidores en todas las provincias, las primeras que me respondieron

después de varios intentos fueron: Albacete, Alicante, Badajoz, Cáceres, Córdoba, Málaga, Murcia, Salamanca, Sevilla, Toledo, Vigo, y Zaragoza. A continuación logré abrir mercado en Galicia, Asturias y Cantabria.

Con los tres distribuidores de Albacete, Alicante y Murcia, logré unirlos y conjuntamente empezamos a exponer en la Feria de Muestras "Jesal" de Alicante. Año tras año, Válquer contrataba el stand y ellos lo atendían e invitaban a todos sus clientes de las tres provincias, así se mantenía el stand siempre con visitantes. Cada año el stand tenía más éxito. En el propio stand se asesoraba a las profesionales, se daban tratamiento facial y corporal y se vendían los productos. De esta manera la marca Válquer fue conociéndose cada vez mas en las tres provincias. Y así repetíamos cada año.

El distribuidor de Asturias, Exclusivas DIVER, cubría también Galicia, y de la misma manera que en Alicante, expusimos en la feria de Orense con la marca Dr. Bullón, había que conquistar en esa zona el mercado de la estética profesional. Mas tarde en Galicia fue ASORAL quien continuó atendiendo este sector profesional.



Stand en la Feria de Orense



Feria Jesal: de izq. a der. (Calixto Nuñez, José Delgado, Manuel Cerrillo y Julio Cebrián, sentadas Silvia, Paula y Carmen)

En 1989 se incorporaba una operaria durante seis meses para reforzar el crecimiento en producción. Posteriormente a principio de los '90 se incorporó María Ángeles Moreno, una joven de diecisiete años que le dedicó casi una década al servicio de nuestra empresa, llegando a ser una excelente coordinadora y formadora de producción y persona de confianza.

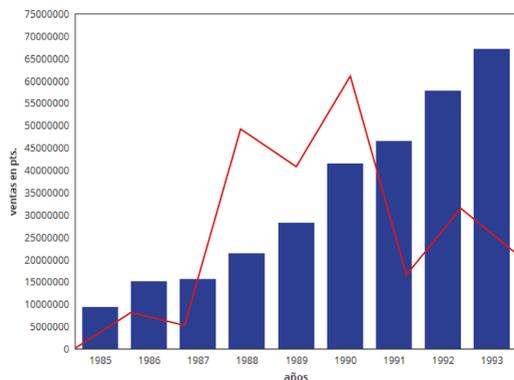
La Cooperativa de Peluqueros y Comercial N. Rubio, cubrían el 30 % de la producción total, los distribuidores de provincias iban en aumento, la Comunidad de Madrid crecía mes a mes y en producción se necesitaba personal. En abril del '90 se contrató a tres operarios mas, para envasado, más un técnico de laboratorio que solo estuvo cinco meses y un Jefe Administrativo José Sánchez, que nos dedicó ocho años de su vida profesional para establecerse por su cuenta como gestor y asesor.



Feria Jesal: Paula y Carmen haciendo un tratamiento corporal.

Con estas incorporaciones, agilizamos la producción que cada vez iba en aumento y yo personalmente me descargaba del trabajo administrativo que alternaba con el comercial.

Afortunadamente crecíamos cada año. A partir de 1988 que yo me dediqué en cuerpo y alma a la empresa el ratio de crecimiento aumento considerablemente, pasó de un 3,72 por ciento, al 37,71 por ciento, y así sucesivamente hasta el primer trimestre del 1991.



Hasta 1991 la totalidad de las ventas eran realizadas personalmente por mí, o directamente recibidas por teléfono. La contratación de un vendedor-ayuda, trajo consigo un aumento de ventas y me permitió una mejor dedicación a las tareas de desarrollo de productos, organización y ampliación de la gama, así como otras diversas funciones muy necesarias para la Compañía. La presentación al cliente de los nuevos productos era fundamental realizarla inmediatamente de su puesta en el mercado.

El 12 de febrero de 1991, se incorporó a la empresa Ángel González Menéndez, procedente de haber cumplido el servicio militar. Un joven de 25 años, licenciado en Ciencias Químicas, que dos años antes, se le había reservado el puesto de Director Técnico, hasta finalizar y cumplir el servicio militar, cubriendo así el tan necesario puesto de Director Técnico que necesitábamos. Como anécdota, el mismo día que se incorporó el Sr. González, 12 de febrero, le dije: has llegado en buen momento, hoy comemos toda la plantilla juntos, es mi cumpleaños y me gusta celebrarlo todos los años con vosotros. Y lo sigo haciendo...

A los dos meses de ese mismo año, el 22 de

abril de 1991, otra fecha que no puedo olvidar. El exceso de trabajo, durante los últimos seis años, me condujeron a una UVI de un hospital de Madrid durante 24 días, una perforación de Colom y numerosas transfusiones de sangre dieron solución al incidente que se me presentó repentinamente. Pero doy gracias a Dios que pude salir con más fuerza. En los días de hospitalización, analicé mentalmente mi situación profesional y empresarial y llegué al convencimiento y me prometí ingresar en una escuela de negocios, si salía de aquella grave situación. Necesitaba adquirir la formación empresarial y los conocimientos necesarios para acometer un crecimiento importante y hacer que Válquer fuera un referente en nuestro sector.

También me planteé trasladar las oficinas de Madrid a las mismas instalaciones de fábrica en Arganda. Tenía que conocer –in situ– los procesos de fabricación y la operativa diaria de producción.

Salí airoso de aquella situación y más tarde pude cumplir mi promesa. Tras una exhaustiva selección de Directores Generales y empresarios de todos los sectores, y entre 67 aspirantes, fuimos 18 elegidos a formar el primer grupo del Centro Profesional de Alta Dirección (CPA) de Madrid. Durante dos años (1993-94) todos los fines de semana los tenía ocupados en clases presenciales en el centro de estudios de Madrid. Y durante la semana me preparaba los temas, durante los viajes, cuando llegaba a los hoteles para descansar.

En ese mismo año 1991, cuando me recuperé un poco de mis dolencias, trasladé las oficinas a fábrica y todos juntos empezamos una nueva vida. Ya habíamos informatizado el sistema contable y nos quedaba pendiente procesar los inventarios y las existencias, tanto de materias primas como la de productos terminados y envases, que llevamos a cabo de inmediato. Íbamos teniendo más datos para conocer la situación de la empresa. Y decidimos invertir y apoyar la línea de belleza D.Bullón que estaba dando sus frutos.

A finales de ese mismo año y principios del 1992, durante los meses de diciembre y enero respectivamente, hicimos una campaña en televisión en la cadena de Telemadrid en el programa matinal entre las 10 y las 13 horas, diariamente y durante dos meses.



Fotos de la campaña de TV.

Con una modelo seleccionada, producimos un video de presentación de lujo de la línea de belleza D. Bullón, destinada apoyar con su imagen de marca una mayor y amplia distribución. La ayuda que para el profesional suponía esta campaña televisiva, estaría reforzada con la inserción de diferentes anuncios publicitarios en las principales publicaciones y revistas del sector. La campaña se completaba con la colocación en los puntos de ventas de póster y displays con amplia y detallada información de los productos D. Bullón. En aquella época los cuatro productos más solicitados por el profesional entre otros eran: laluserum, Colágeno, Antiarrugas y la Crema de Algas Anticelulítica. En 1992 crecimos un 24% sobre el año anterior.

El 1 de marzo de 1992, y tras varios intentos en seleccionar un comercial profesional, se incorporaba a la plantilla, Fernando Pacheco. Un vendedor ayuda que se hizo cargo de atender a los distribuidores de la Comunidad de Madrid. En esa misma fecha, creció la plantilla de producción con una operaria más y otra incorporación como aprendiz de laboratorio, se trataba de Inmaculada Pérez, llegó a ser

encargada de producción y nos dedicó casi veinte años de su vida profesional. La cena de Navidad de ese año había crecido, ya éramos diez personas que componían la plantilla de la empresa.

Gerente y Comercial	Manuel Cerrillo
Jefe de Fábrica	José Paquet
Director Técnico	Ángel González
Aux. Laboratorio	Inmaculada Pérez
Jefe Administrativo	José Sanchez
Ayudante Producción	Juanjo López
Ayudante Producción	María Moreno
Producción y Reparto	Juan Carlos Ramos
Reparto	Pedro Ramos
Vendedor	Fernando Pacheco



La nueva plantilla (Cena de Navidad)

En el próximo número, contaré la separación de mi socio a cambio de la incorporación de cinco socios más y la separación de todos ellos, llegando a celebrar en el mes de mayo del 2000, el 25 aniversario de Laboratorios Válquer al que muchos de vosotros recordaréis.

Válquer conmemora sus 10 años Villaminaya

Después de 25 años en Arganda del Rey municipio de Madrid, el día 1 de Agosto de 2010 nos trasladamos a la Comunidad de Castilla La Mancha en el municipio de Villaminaya (Toledo). En una parcela industrial de 12.000 m², construimos unas nuevas y vanguardistas instalaciones a 19 Km de Toledo capital y a 91 Km desde Madrid.

Nuestra llegada a Villaminaya fue inmejorable, un municipio con una población activa de 500 habitantes y algunos mas censados. El apoyo de su alcalde y de toda la corporación municipal, fue muy necesario para arrancar con nuestra actividad, pudimos obtener en las fechas programadas, el enganche de electricidad, agua y todas las licencias necesarias para ponernos en marcha el 1 de agosto de 2010. Y así fue, en los primeros días del mes de agosto, hicimos el traslado de toda la maquinaria, enseres y mobiliario necesario para darle vida a la nueva fábrica. Más de 100 camiones se necesitaron para realizar el traslado, y todo quedó en perfecto estado para hacer la primera fabricación el día 20 de agosto. Los clientes no sufrieron ninguna rotura de stock, desde Arganda se seguían sirviendo y enviado pedidos, hasta finalizar el mes de agosto, a primeros de septiembre de 2010 empezaron

a salir por las agencias de transportes los productos ya fabricados en las nuevas instalaciones.



Hubo que formar a una nueva plantilla de trabajadores, ya que solo se trasladaron cuatro compañeros al nuevo municipio, el Director Técnico Ángel González, al que se le hizo un homenaje por sus bodas de plata en la empresa el día 24 de noviembre de 2019, su segundo en laboratorio Santiago Morales, el jefe de Mantenimiento Ramón Sáez y el Director Financiero Juan Luís Hernández, más Manuel y José Luis Cerrillo que ya habían tomado en el 2006 el relevo generacional y se habían integrado en la operativa de la empresa. El resto del personal optó por aceptar la liquidación y sumarse a las filas del desempleo. Hubo una excepción, la encargada de producción Inmaculada Pérez, que voluntariamente se ofreció a reincorporarse días más tarde y durante varios meses ayudó a formar a la nueva plantilla, gesto que siempre le agradeceremos.

Tras una selección, se formó una nueva plantilla de 29 trabajadores, prioritariamente del municipio de Villaminaya, y el resto de Toledo y pueblos limítrofes. Si buenos eran los compañeros de Arganda, excelentes son los

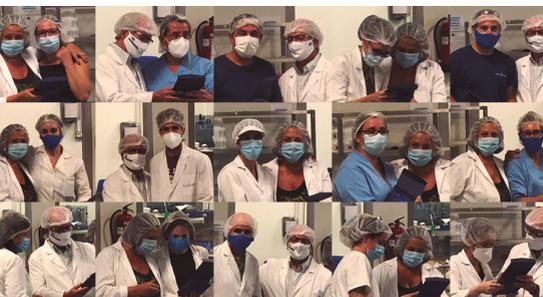
os en

más de 80 trabajadores que forman hoy la plantilla de Valquer Laboratorios.

Durante estos 10 años nos hemos acompañado en numerosas bodas, nacimientos, cumpleaños y lamentablemente cuando un compañero ha perdido a un ser querido. También hemos celebrado juntos las fiestas en honor a la patrona la Santísima Virgen de las Angustias, a la que damos las gracias por los favores recibidos, en definitiva, todos hemos actuado siempre como una gran familia.



El pasado día 30 de julio hicimos un pequeño homenaje a todos los compañeros que formaron la primera plantilla en Castilla La Mancha y han celebrado sus bodas de bronce en la empresa, entregándoles un recuerdo personalizado por los 10 años que llevan en las nuevas instalaciones de Villaminaya.



Válquer apoya a la fundación Stanpa mediante su RSC

Válquer Laboratorios destina desde noviembre de 2019 una parte de sus beneficios a la Fundación Stanpa, una organización sin ánimo de lucro que persigue apoyar a mujeres con cáncer, ayudándolas a restablecer su propia imagen, recuperar la autoestima y llevar adelante su lucha contra la enfermedad con mayor confianza, a través de la implantación en España del programa internacional "Ponte guapa, te sentirás mejor".



Este programa ha ayudado a las mujeres con cáncer a recuperar su imagen posiblemente trastocada por los efectos secundarios del tratamiento oncológico mediante talleres centrados en el cuidado de la piel y el uso del maquillaje. Desde entonces, cerca de 1,4 millones de pacientes han sido atendidas a nivel internacional por más de 21.000 voluntarios, con la colaboración de hospitales y distintas asociaciones médicas y de pacientes. Es un programa gratuito, no médico y neutro con respecto a las marcas y productos utilizados.

Y desde la Fundación Stanpa, en este año 2020, tan especial por la crisis COVID19, lo que tenían claro, es que debían continuar apoyando a las pacientes con cáncer más que nunca. Así es como desde el pasado mayo, e igualmente contando con los Equipos Sanitarios de los hospitales, están impartiendo talleres online, donde todos: Voluntarios, Pacientes, Profesionales Sanitarios y la Fundación Stanpa participan de forma telemática en la sesión. El resultado es el mismo de siempre: bienestar, alegría, confianza, sentirse más seguro, dosis de positividad en resumen.

La Fuerza de la Recuperación

por Manuel Cerrillo



Con este titular, Su Majestad El Rey Felipe VI inauguró a finales del pasado mes de octubre, el XXIII Congreso Nacional de la Empresa Familiar, dicho congreso cada año lo organiza el Instituto de la Empresa Familiar formado por las 17 Asociaciones de Empresas Familiares que representan a cada Comunidad Autónoma. Entre ellas la Asociación de Empresa Familiar de Castilla La Mancha, a la que Válquer Laboratorios está asociada y además Manuel Cerrillo es Vocal de su Junta Directiva. El evento se celebró por motivos de la pandemia de forma virtual. El Rey en su discurso de apertura reconoció que las empresas familiares son un pilar muy importante en nuestras vidas y son una punta de lanza de la energía social de nuestro país. La mayoría de los distribuidores y clientes de Válquer, sois autónomos, pymes o empresas familiares, por ese motivo de alguna manera el Rey se dirigía también a todos vosotros.



Foto retroactiva de Manuel Cerrillo y su mujer Conchita junto a Su Majestad El Rey Felipe VI en el XXIII Congreso Nacional de la Empresa Familiar celebrado en Murcia el pasado año.

Válquer Laboratorios también representa a la Asociación de Perfumería y Cosméticos (Stanpa) en la Junta Directiva de CEPYME. En Toledo estamos asociados a la Federación Empresarial Toledana (FEDETO), manteniendo una estrecha y excelente relación con todas ellas. Además somos Patronos

de la Fundación Stanpa, para ayudar a las mujeres con cáncer a restablecer su imagen y recuperar su autoestima para luchar contra esta dolencia con mayor seguridad y confianza. Dicha fundación se ha extendido recientemente a los hombres con cáncer.

El año 2020 pasará a la historia como el año en el que la COVI-19 cambió el mundo tal como lo conocíamos. La pandemia, ha hecho estragos en nuestras vidas y en nuestros negocios, nos ha trastornado las familias y las empresas, nos ha cambiado la forma de vivir y de pensar. De golpe, hemos conocido lo que era un estado de alarma, hemos tenido que detener activamente nuestros trabajos, cerrar nuestros comercios, parar nuestras máquinas y adaptarnos a una situación insostenible. La tasa del paro va en aumento, la mayoría de los establecimientos no van a volver a levantar sus persianas, la economía se derrumba. Aunque el Gobierno ha puesto en nuestras manos varias herramientas de apoyo, como por ejemplo, los ERTE, medidas que para algunos se han quedado desfasadas si no son ampliadas a largo tiempo. Los préstamos ICO, sirvieron para tener liquidez momentánea y tardía para unos y más endeudamiento para otros. Las moratorias fiscales tampoco han solucionado la pérdida de beneficios, sino que han alargado la agonía de algunos negocios vitales para su supervivencia.

Pero no seamos pesimista, miremos la situación desde otro punto de vista, es posible que la pandemia nos haya traído oportunidades, - la digitalización- por ejemplo, una herramienta que nos permite conocer mejor al cliente que entra por la puerta de nuestro establecimiento, y tener datos para conocer -in situ- sus necesidades, atenderle con mayor seguridad y fidelizarlo como cliente asiduo.

Por otro lado, el teletrabajo, ha permitido seguir en contacto con los clientes, desde sus domicilios pueden conectar con los clientes y a través de una videollamada, hacer las presentaciones de los nuevos lanzamientos, mostrar el packaging de ellos, informar sobre las promociones y realizar la formación necesaria sobre la ficha técnica de cada producto. A nivel digital, ha venido a acelerar un cambio que ya se había iniciado mucho antes de tener que enfrentarnos a esta pandemia.

España es el primer país de Europa en infraestructuras digitales, hoy en día España tiene la red de

telecomunicaciones más avanzada de Europa, hay más fibra desplegada en España, que en la suma de, Alemania, Reino Unido, Italia, Portugal y Francia, juntas. La llegada del 5G nos va a permitir que haya 20 veces más de conexión, ósea que haya mil veces más de capacidad en el aire para transmitir datos. Hasta la España vaciada estará cubierta para poder trabajar en las redes sociales desde cualquier punto de nuestra geografía.

En consecuencia, queremos hacer llegar a todos nuestros clientes y colaboradores el ánimo y el apoyo para salir de esta situación, que aprovechéis las oportunidades, y busquéis la recuperación lo antes posible, y os animamos a no caminar en solitario, uniros a un colectivo, a una asociación o federación de nuestro sector que os puedan ayudar y en donde puedan exponer y aportar vuestras ideas, necesidades y propuestas, y juntos luchéis para conseguir las. Porque,

“Si caminas solo llegarás antes, pero si caminas acompañado llegarás más lejos”

Fijaros si es bueno pertenecer a un colectivo. En nuestro sector los centros de estética planearon la reapertura extremando sus medidas de higiene y seguridad. Para ello, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa), junto a las principales Organizaciones representativas de la estética profesional, elaboraron una Guía de Buenas Prácticas de referencia básica por la cual el sector se compromete a extremar las medidas de seguridad e higiene en los centros de estética, asegurando la protección de empleados y clientes contra la COVID-19.

Unas fechas antes, el Sector de la peluquería, con la ayuda de Stanpa, ya presentó con antelación una Guía de Recomendaciones Higiénico Sanitarias para los Salones de Peluquería, y que recibió el reconocimiento por parte del Ministerio de Sanidad por el servicio prestado a los ciudadanos.



Por ello, animo a nuestros distribuidores y profesionales, que digitalicen sus negocios, monten sus tiendas -on line-, aprovechen estas oportunidades de negocio que se han presentado y saquen el mayor fruto a las herramientas que nos han puesto en nuestras manos. Algunos de nuestros clientes desarrollaron sus tiendas "on line" y cada vez están teniendo mayor repercusión, precisamente en los meses de pandemia han experimentado una subida de ventas en este canal gracias a esta tecnología.

“La presencia digital de tu negocio puede determinar su supervivencia”

La Unión Europea ha reaccionado a esta situación de una forma magnífica, pertenecer a Europa nos ha dado una oportunidad increíble. Entre los programas de ayuda, uno de ellos, es atender los proyectos de los autónomos y las pequeñas y medianas empresa que digitalicen sus negocios y hagan sostenible sus economía. Esos dos requisitos son los que se necesitan para acceder a las ayudas. En esta ocasión ese es el perfil preferido por la Unión Europea (UE). Nuestro perfil.

¡¡ Solicita la ayuda, te pertenece!!

Infórmate directamente por medio de internet indicando:

- Ayudas para la digitalización de las Pymes y Autónomos.
- Ayudas para Pymes y Autónomos por Comunidades Autónomas.

o a través de tu Comunidad, Asociación o Gestor. Si para ello, necesitáis algún asesoramiento e información al respecto, contar con nosotros, siempre estaremos a vuestro lado.

Así que ya sabéis, el peor error que podéis cometer es no hacer nada. Actuemos y hagamos lo posible para que la reconstrucción de nuestra economía que tenemos por delante aborde retos que sabíamos teníamos que abordar y que al menos los esfuerzos que nos esperan nos permitan afrontar el futuro, mejor preparados para nuevas situaciones complicadas. Hay que mirar hacia delante y sacar fuerzas de donde no las haya. A eso yo le llamo:

**LA FUERZA
DE LA
RECUPERACIÓN**

Distinción y *sostenibilidad*

La **contaminación** de mares y océanos causados por el **plástico** es una de las mayores preocupaciones de la sociedad. Hoy en día, existen más de 150 millones de toneladas de plástico en los océanos y se estima que en 2050 podrían contener más plásticos que peces.



Por ello, Válquer Laboratorios se une al **movimiento Zero Waste**, presentando el nuevo **concepto Sustainable Beauty** y lanzando su innovadora gama de cosmética sólida libre de plásticos y el nuevo champú en partículas.

Como ya sabemos, el plástico es un problema a nivel global, desde Válquer Laboratorios hemos

apostado por un **innovador producto** para evitar generar toneladas de plástico en los hoteles: el **champú en partículas**. Estamos muy orgullosos, es único en el mundo, contamos con una fórmula patentada y nos consta que no existe ningún producto igual en el mercado:

- 0% residuos plásticos
- 100% vegano
- Ecológico
- No testado en animales
- 1 solo uso (más higiénico)
- Más prácticos
- Mayor calidad
- Menor espacio de almacenamiento
- 100% sostenible

Cabe destacar que posee **mayor calidad** que un champú tradicional, pero con la ventaja de usar un envase reciclable y **sin residuos plásticos**.

Desde Válquer Laboratorios pensamos en la sostenibilidad, **el futuro depende de lo que hagamos hoy**.



VALQUER
LABORATORIOS



Feliz 2021
para ti y tus seres queridos

Os deseamos:
salud, prosperidad y éxitos

▼
VALQUER
LABORATORIOS

Happy People, innovating cosmetics

Pol. Ind. "La Dehesilla", 33
45440 Villaminaya (Toledo)
Phone: +34 925 91 00 99
Email: info@valquer.com

    valquer.com

QUALITY

ENVIRONMENTALY

GOOD MANUFACTURING PRACTICE

RESEARCH AND DEVELOPMENT

