

VALQUER

LABORATORIOS

NEWS

REVISTA
Número 05
JULIO
2021

Nunca
estuvimos
solos



ÍNDICE

número 05

julio 2021

4 Carta del CEO



6 Nuevos lanzamientos



8 MDD



10 Digital



Valquer Laboratorios está asociada a:

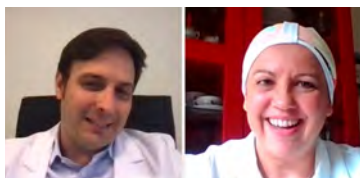


Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética
Spanish Cosmetic Toiletry and Perfumery Association

16 Nuestros partners



18 RSC



20 Nuestra historia



26 Área social



La pandemia, para un Padre y CEO



▲ D. Jose Luis Cerrillo García-Ochoa
CEO y coordinador de personas en Valquer Laboratorios

No resulta nada fácil describir esta fatal etapa de nuestras vidas, ya que por un lado “seguimos estando inmersos en ella”, mientras que por otro lado “muchos de nuestros compañeros, familiares y amigos, han perdido a sus seres más queridos”, sin que exista aliento suficiente para su consuelo. Antes de proseguir, quisiera hacer un guiño con cariño y amor, a todas las estrellas nuevas que hay en el cielo.

Ahora, me veo con fuerzas para intentar contagiar de esperanza y positivismo, intentando sacar la mejor de las lecturas posibles, evitando caer en la tragedia y datos que todos conocemos.

Como Padre a día de hoy de dos niñas sanas, alegres y sonrientes: Telma y Cayetana; puedo decir que esta etapa nos ha traído mucha más unión, quizás por obligarnos a pasar más tiempo juntos y la posibilidad de conocernos mejor, aun en situaciones más adversas.

También recuerdo mis peores semanas, al igual que mucha más gente, en las que durante el con-

finamiento, tanto mi mujer como yo, nos vimos obligados a bregar con cada uno de los equipos que coordinamos, teletrabajando, generando ágiles planes de adaptación, sin ayuda en casa, y con la pequeña que comenzaba a andar por toda la casa. A todo ello se le sumaba un mar de incertidumbre en plena penumbra constante, al que no estábamos acostumbrados hasta el momento. Pocas semanas después, se engendraba en el vientre de la Madre la más pequeña de la familia: nuestra hija Cayetana.

En lo profesional, habiendo estado acostumbrados a una evolución lineal, previsible y semi-controlada, nos dimos cuenta que todo podía cambiar. Mejor dicho: todo iba a cambiar. En ese momento desde Valquer, nos aferramos más que nunca a nuestros valores (compromiso, experiencia, innovación y pasión, entre muchos otros), para intentar sacar la mejor lectura posible ante la situación que ya todos conocemos.

Personalmente comencé todos los días a ir en bicicleta (eléctrica) a la fábrica; unos 20 km de ida y otros 20 km de vuelta que me permitían confrontar de cara la situación, hacer deporte como mecanismo de escape y vía de reflexión en la que poder tomar las decisiones menos erradas en cada momento. Inminentes planes adaptados de empresa, reuniones transversales con todo el equipo, amplísimas medidas de seguridad, mucho temor por parte de los compañeros, momentos de incertidumbre, mucha incertidumbre y una apuesta en firme por la información y comunicación a través de whatsapps y vídeos frecuentes a toda la organización. No quisiera olvidar el agradecimiento constante a todo el

equipo por su empuje, tesón y valía demostrada con cada día de trabajo, cada hora, cada minuto, cada segundo. Sin el equipazo de sangre azul, Valquer no sería hoy la misma empresa. Gracias a todos!

Fueron pasando las semanas y no encontramos mejor manera que escribir todo aquello que íbamos haciendo y en lo que íbamos evolucionando, que de no haber sido por la pandemia, quizás no hubiéramos realizado. Aquí, alguna de las decenas de mejoras que quizás a algunos puedan aburrir, pero que sin ninguna duda a muchos nos ha servido como motivación y empuje diario:

- Se mejoró notablemente el aprendizaje en la fabricación de sólidos
- Se instalaron 2 máquinas nuevas de sachets con producción total de 1,5M / semana
- Nuevos "buscas" en producción que permiten mejorar la comunicación
- Optimización de epí's a disposición de todo el personal
- Se mejora y potencia el área de producto para el desarrollo y lanzamiento de futuras novedades
- Se realiza formación en diferentes equipos de producción
- Primer webinar de la historia de Valquer
- Integración de nuestro ERP con las empresas de transportes
- Se pone en marcha la evaluación del desempeño
- Adaptación de nuevas máquinas: elevadora, etiquetadora en inflamables...
- Más solidarios que nunca: donaciones a hospitales, residencias, Guardia Civil, 112, etc.
- Se mejora y se optimiza las áreas de comunicación y creatividad, potenciando nuestra presencia en prensa y redes
- Se apuesta por una máxima conciliación entre familia y trabajo, abogando por el teletrabajo y jornadas flexibles que a día de hoy se siguen manteniendo.
- Los comerciales pasaron a formar parte de envasado, aprendiendo entre compañeros de diferentes áreas
- Adaptamos una nueva línea de perfumes al proceso productivo
- Muchos clientes nos felicitaron por ser aún más rápidos en las entregas
- Comenzamos a utilizar trello como herramienta para la gestión de proyectos
- Se actualizaron las bases de datos para dar mejor cobertura y comunicación a nuestros colaboradores
- Se apostó por una nueva centralita virtual optimizando las llamadas entrantes y salientes
- Se desarrollaron nuevos catálogos de productos a disposición de clientes
- Se comenzó a enviar sachets gratuitos y material publicitario a todos los clientes, a fin de estar más cerca de ellos que nunca

Llegó septiembre y nuestra apuesta fue clara: estar más cerca aún de nuestros clientes de nuestros colaboradores. Apostamos por estrategias de sampling (sobres) gratuitos y material publicitario para que los negocios de nuestros colaboradores, se vieran apoyados y reforzados.

Llegó diciembre y aunque tenía personalmente dudas para la realización del tradicional vídeo de Navidad, recibí el mensaje de una compañera que había perdido a su Padre durante la pandemia, dándome ánimos para que lo hiciéramos. En este momento reflexioné y me dije: "quién soy yo para quitar la ilusión a nuestro personal". Unidos nuevamente, hicimos un vídeo cargado de amor y entrega, respetando siempre las medidas de seguridad implantadas.

Pasaron dos meses y se acercaba el cumpleaños y jubilación de nuestro Padre. La duda de si llevar a cabo algún tipo de celebración era constante. De nuevo, apoyado por el equipo, nos decidimos a adaptarnos a la situación y celebrarlo de la manera que se podía hacer. En el exterior, con las medidas de seguridad y dando parte de lo que tanto hemos recibido. Así celebramos el cumpleaños y jubilación de Manuel Cerrillo, nuestro Padre y presidente. Tan sólo 3 días después, nacería nuestra pequeña Cayetana.

Ya ha pasado más de un año y todos tenemos decenas de recuerdos, sensaciones y emociones que no olvidaremos ni debemos obligarnos a ello. Parte de lo que somos y seremos, se habrá fundado en todos estos meses que desde luego, no nos hubiera gustado que hubieran pasado y que estoy seguro nos han ayudado a priorizar más aún entre nuestra escala de valores.

Ahora más que antes, no sólo nos une un pequeño pueblo, región ó nación... ahora toda la humanidad se encuentra unida al haber podido ser: presente, pasado y futuro de la propia HISTORIA.

"Ante la adversidad, el espíritu Valquer ha estado más unido que nunca. GRACIAS"

Un mundo infinito de color

por Elena García



Valquer Laboratorios es un referente como fabricante en el sector de la peluquería profesional. Fruto de nuestra gran actividad en I+D+i hemos creado una nueva gama de cremas colorantes veganas con tecnología Vplex que va a causar una auténtica revolución en el mercado.

La avanzada tecnología Vplex proporciona excelentes resultados en el cabello tras la coloración gracias a sus propiedades reparadoras.

En la actualidad, existen dos tendencias de color en el mercado representadas por dos marcas de la competencia: L'Oréal y Wella. Los tintes naturales de L'Oréal tienen una tendencia fría que tiende a matiz verde, sin embargo los tintes naturales de Wella tienen una tendencia cálida que tiende a colores marrones.



Desde Valquer Laboratorios, se han unido esas dos tendencias de color existentes para crear dos mundos de color, los tonos cálidos y fríos. En los tonos naturales aparece una bifurcación a partir del 6.0 debido a la necesidad de diferenciar entre dos matices, por lo que tendremos tonos cálidos (W: WARM), con matiz marrón: 6.0W, 7.0W, 8.0W, 9.0W y 10.0W. Y los tonos fríos (C: COOL), con matiz verde: 6.0C, 7.0C, 8.0C, 9.0C y 10.0C.

Incluimos los tonos doble cobertura debido a la necesidad de algunas clientas de cubrir las canas más

resistentes. Son tonos naturales con más pigmento y matiz cálido.

Hemos mejorado la fórmula de los cenizas ajustando el matiz para que pase de ser un ceniza verdoso a ser azulado. La ventaja de este nuevo matiz azul respecto al verde es que permitirá matizar mejor los tonos naranjas indeseados.

Ampliamos la oferta de los matizadores y superacla- rantes, siguiendo la tendencia actual de pelo blan- co/gris con tonos violetas, azules y rosas, y cuyo fin principal es eliminar los reflejos amarillos y naranjas que pueden quedar tras aclarar el pelo.

En el caso de los superacla- rantes, tendremos cua- tro tonos 12 con matices diferentes:

- 12.0- Superaclarante natural
- 12.1- Superaclarante ceniza
- 12.11- Superaclarante ceniza intenso
- 12.12- Superaclarante ceniza violeta

Por otro lado, ampliamos también la gama de tonos Silver, obteniendo diferentes tonos y matices:

- SP- Silver Pearl
- SR- Silver Rock
- SL- Silver Lavender

Incorporamos un nuevo color a la familia de los in- tensificadores: el tono PINK, un color rosa pastel que está muy de moda aplicado sobre pelo blanco. Al tratarse de un tono pastel, es diferente a los tintes del resto de la carta, y por ello hay que em- plearlo de manera especial. Este tinte está conce- bido con la idea de conseguir un efecto balayage en el cabello, de forma que quedarán unas mechas en tonos rosas; suaves, sutiles y naturales, al contrario que los tonos intensificadores, que son mucho más intensos y uniformes.

Y por último, añadimos el neutro (0.0) una fórmula sin pigmentar que puede tener diferentes aplicacio- nes:

- Se puede mezclar con el resto de los tintes de la carta, reduciendo así la intensidad y la altura de éstos.
- Si se mezcla con los intensificadores, se pueden obtener colores pastel.

Gracias a esta diversidad de nuevas cremas colo- rantes podemos ofrecer infinidad de propuestas colorantes.

Luce unas manos bonitas e hidratadas

por Pureza García



Las manos son una parte del cuerpo humano que intervienen en casi todas las actividades de nuestro día a día, las usamos absolutamente para todo: para trabajar, para dibujar, para jugar con los niños, para escribir, para practicar deportes y un sinnúmero de tareas.

Reparador de Manos para nutrir a fondo la piel y devolverle la hidratación.

Este serum reparador de manos de la línea Dermo Defense ayuda a mantener las manos en buen estado, es el cocktail más potente de propiedades reparadoras, antienvjecimiento e hidratantes. Ha sido especialmente desarrollado para aquellas manos que sufren de sequedad e irritación.

Cabe destacar su innovadora fórmula en la que se incluyen los siguientes ingredientes:

Ácido hialurónico: ayuda a proteger el propio ácido hialurónico de la piel, contribuyendo al efecto antienvjecimiento preventivo. Hidrata las capas más superficiales de la piel, proporcionando una hidratación a largo plazo.

Jojoba: activo hidratante, formador de película



Nuestras manos son una de las herramientas de trabajo más preciadas y a diario están expuestas a todo tipo de agresiones externas y climáticas. No podemos olvidarnos de ellas, debemos prestarles los cuidados que merecen para recuperar su belleza y mantenerlas jóvenes.

En los últimos meses, la limpieza e higiene de nuestras manos se ha convertido en un factor de vital importancia para evitar la transmisión de gérmenes y limitar ciertas enfermedades. Ese lavado frecuente y el uso continuo de geles hidroalcohólicos puede provocar sequedad e irritación.

Desde Valquer Laboratorios hemos percibido la necesidad de lanzar un producto específico de cuidado intensivo de manos para hidratar y reparar la piel. En concreto hemos creado un Serum

sobre la piel, apropiado para mejorar la resistencia al agua y la permanencia del activo hidratante y emoliente sobre la piel.

Vitamina E: antioxidante, combate el envejecimiento.

En cuanto a su modo de empleo, conviene utilizarlo a diario, hay que aplicar el serum de manera constante en las zonas más dañadas de la piel y extenderlo uniformemente hasta su completa absorción. De este modo los resultados serán visibles en tan solo unos días.

No nos olvidemos de que las manos son una de las zonas del cuerpo que envejecen más rápido, dedica tiempo a su cuidado, hidrátalas para mantener su aspecto joven, como bien dice el refrán "Manos que trabajan, no son manos, sino alhajas"

Proyecto Kids Valquer: desarrollo de champú y acondicionador preventivos para Joopi Kids

por Javier Crespo (*Director Creativo de Joopi Kids*)



A lo largo de mis más de veinticinco años de experiencia en el mundo de la Creatividad , he tenido la fortuna de trabajar en infinidad de proyectos interesantes, los cuales han sido un continuo aprendizaje.

Sería difícil numerar y contar la historia de todos, pero sí me acuerdo de los que realmente me he sentido más orgulloso y satisfecho en participar . Sin duda alguna el que desarrollamos Joopi Kids junto con Valquer es digno de contar ya que supone un ejemplo éxito de emprendimiento, en los que la Creatividad se revela como el resultado y valor diferenciador de un trabajo colectivo entre ambas empresas.

Como sabemos la creatividad es el proceso por el que una idea a través del conocimiento y su posterior desarrollo se llega a convertir en una realidad y por tanto en un valor. Ese proceso siempre es colectivo y si no somos conscientes de ello nos estare-



mos equivocando. Todos los casos de éxito son fruto de la generosidad de compartir conocimientos con el fin de crear o mejorar algo para el bien de la humanidad. Esta filosofía es la que debería interiorizar todas las empresas.

En el caso que nos concierne esa mentalidad y filosofía hizo que el destino reuniera alrededor de una idea a Joopi Kids y Valquer.

Esta preciosa historia comienza en Joopi Kids marca especialista en la prevención y eliminación de la pediculosis, que a través de su fundadora Lola Riazor persona creativa y gran conocedora del mercado, detecta un problema importante en el mercado.



Se da cuenta de que existe infinidad de productos farmacéuticos en el mercado de la pediculosis consistentes en intentar eliminar los piojos, los cuales no terminan de ser efectivos a parte de las consecuencias dermatológicas que sufre el cuero cabelludo por los componentes químicos que integran los productos en cuestión. Ninguna empresa del sector, hasta entonces, había pensado que la mejor solución para solucionar el problema era prevenir el problema. Es por ello que Joopi Kids decide solucionar el problema creando los mejores productos para prevenir los piojos y sin dañar el cuero cabelludo usando productos naturales.

Es en este momento cuando la Creatividad empieza a funcionar como debe. Joopi Kids entiende que para llevar adelante esa idea tiene que encontrar al mejor compañero que sume el conocimiento, experiencia, profesionalidad y desarrollo para hacerlo realidad.

Tras haber investigado todo el panorama nacional de laboratorios y fábricas de productos cosméticos y farmacéuticos, Joopi Kids tiene claro que sólo existe un compañero fiable para esta aventura, Valquer Laboratorios.

La complicidad con Valquer y sus valores hizo que desde el primer momento supiéramos que el único resultado iba a ser el éxito.

Joopi Kids junto con Valquer crearon la fórmula mágica que han hecho de los productos preventivos Joopi Kids sean un valor diferenciador en el mundo de la pediculosis.

A fecha de hoy Valquer se ha convertido en la pieza clave para la fabricación de los productos preventivos Joopi Kids. Gracias a su conocimiento, profesionalidad y desarrollo, nuestros productos disponen de todos los controles y sellos de calidad que nos permite vender ya en cinco continentes.

Valquer nos da la seguridad en pensar en seguir creciendo puesto que su capacidad para fabricar nos hace que nos olvidemos de roturas de stock.

Sin duda alguna, me siento un privilegiado en haber participado con mi socia, y fundadora Lola Riazor de "Joopi Kids" en haber creado esta relación con Valquer y sentirnos parte de esta gran familia con la que estamos seguros que muy pronto volveremos a sacar nuevos productos con el fin de mejorar y prevenir la salud familiar e infantil.

El mercado digital un canal en continuo crecimiento

por Alicia Ávila y Viviana Omaña



Hablar de comercio electrónico hoy en día es hablar de fenómenos, picos de demanda, regulaciones, etc; también es hablar acerca de sus ventajas como el acceso en cualquier momento, sin límites de horario, en la comodidad de un dispositivo móvil. Además, cuando hablamos de comercio electrónico tenemos que ser conscientes de que estamos ante el canal que más rápido ha crecido hasta el momento. Es por ello que, cuando se prepara una estrategia digital se hace en el corto plazo de tiempo (hablando de meses) y no en el largo, ya que lo que hoy parece tener sentido puede que mañana deje de hacerlo.

Según estudios de Google, el comercio online se ha convertido en el canal principal de conversión para muchas empresas (por no decir todas). Pero es cierto también que requiere un gran esfuerzo, recursos y cada vez más alto nivel de profesionalización. (Think with Google). De ahí que cada vez tome mayor importancia la formación en digital.

Desde 2014, el sector de belleza no había experimentado un crecimiento tan rápido en el consumo online como en el año 2020, año que comenzó la pandemia del COVID-19. Alcanzando los 8,4 millones de compradores en beauty, lo que supuso un incremento del 36% de nuevos compradores respecto a 2019, según datos presentados en conjunto por el departamento de Conocimiento y Estudios de Mercado de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa), NielsenIQ, IQVIA, Key Stone y Kantar.

Desde marzo de 2020, hemos visto cómo nuestra vida y hábitos han cambiado y sin ninguna duda, el e-commerce ha sido el gran beneficiado.

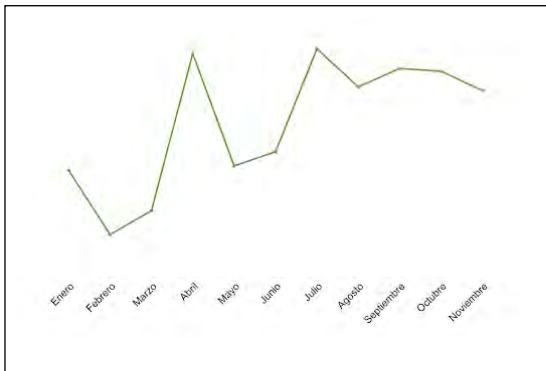
“De hecho, la mitad de los españoles asegura que este último año ha descubierto una marca o un producto que ahora utiliza con frecuencia y, de ellos, el 23% asegura que realizó el hallazgo por Internet. Solo un 16% lo hizo en una tienda física.”

Según el estudio, apunta que “7 de cada 10 consumidores consideran que el e-commerce ha sido la solución a las compras en los momentos en los que ha habido restricciones de movilidad. Otra de las conclusiones a destacar es que 6 de cada 10 consumidores siguen prefiriendo ver los productos antes de comprarlos, a pesar de las restricciones. La mitad de ellos asegura que encontrar un producto fácilmente es lo que más valora y el 45% sigue apreciando la atención personalizada.” (fuente:revistabeautyprof.com)

Hablando de nuevos hábitos y comportamientos, en lo que respecta a higiene y estética, los consumidores se han adaptado a las nuevas necesidades que la pandemia nos ha impuesto. Así como en la etapa

pre-covid el sector de perfumería e higiene era un 2% superior en relación al año anterior, esta cifra se redujo un -18% durante el confinamiento. No obstante, parece que este empieza a recuperarse. Aún así, el mercado de perfumes es uno de los más afectados durante la pandemia dentro del sector belleza. (fuente:revistabeautyprof.com)

Debido a estos nuevos hábitos de consumo, la demanda de productos de belleza para uso en casa han aumentado, tal ha sido el caso de productos como tintes, oxidantes, tratamientos de belleza, en los cuales durante el confinamiento tuvieron picos de demanda entre un 50 y un 200%.



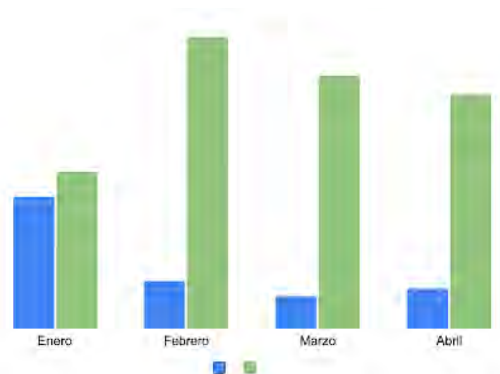
Pero... ¿Por qué después del confinamiento los consumidores siguen recurriendo al canal digital? Un estudio de Google confirma que un gran porcentaje de estos sigue comprando en tiendas online con el objetivo de comparar precios o conseguir más información. De hecho, sólo un 35% accede con una intención de compra clara. Todo esto dentro de Valquer nos ha hecho implantar diversidad de estrategias para posicionar nuestros productos y siempre pensando en el consumidor final pueda encontrarnos de la manera más cómoda posible.

Hemos optado por la omnicanalidad, como la mejor tendencia recomendada en los últimos tiempos, el cliente decide.

Tendencias en el sector de belleza: sostenibilidad e innovación

Por otro lado, en los últimos meses hemos visto cómo los proyectos de sostenibilidad e innovación han sido palancas claves de transformación y recuperación de cuotas de mercado. Cada vez son más los usuarios que buscan productos sostenibles y comprometidos con el medioambiente. Además, el consumidor cada vez es más solidario por lo que también se sienten identificados con este tipo de proyectos.

Sin olvidar, que la sociedad ahora se preocupa más por su salud en general, donde es muy importante la salud corporal y capilar. Ahora se muestran más atentos y cuidadosos por su propio bienestar, sin olvidarse de cuidar el planeta. Seguramente por este motivo, nuestra línea de cosméticos sólidos #SustainableBeauty está en tendencia de crecimiento positivo. Probablemente sean los productos que más han triunfado durante este año de pandemia.



Azul: año 2020 / Verde: año 2021

Estrategia de RRSS y presencia de Valquer en los medios

por Isabel Vernon



Dada la digitalización y la evolución digital del año pasado, comenzamos el 2021 con un nuevo plan de comunicación definiendo estrategias y acciones que nos ayuden a posicionar la marca frente a la competencia.

Valquer se ha reinventado en el marco digital, particularmente en RRSS. La decisión de invertir en RRSS es indispensable para

posicionarse como marca dentro del mercado debido al gran escaparate que existe actualmente detrás de una pantalla.

Instagram, Twitter o Facebook nos permiten estar presentes en todas las casas y países con un solo clic. Es por esto, que es necesario volcarse y hacer partícipes a los consumidores de la gestión de una marca escuchando sus opiniones, teniendo un trato directo e inmediato y cubriendo las necesidades para ser líderes en el mercado, en este caso, de la cosmética.



Definir unas correctas estrategias y acciones en RRSS adaptadas al momento actual repercutirá en un adecuado posicionamiento de la marca en el mercado. Una de esas estrategias es el influencer marketing: nos ayuda a "calar" positivamente en el target al que va dirigido debido a la relevancia que tienen sus mensajes y opiniones en los seguidores, llegando incluso, a lograr un rentable retorno de la inversión con la acción contratada.

En Valquer hemos contado con la colaboración de influencers potentes como Mery Turiel (875mil.), Verdeliss (1,3mill.) o Patry Jordan (1,4mill.) haciendo aumentar nuestros seguidores y alcance dentro del sector de la cosmética.



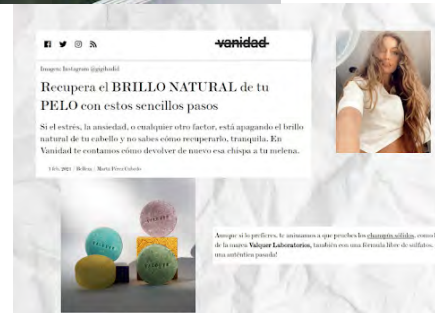
Valquer en los medios.

A pesar de que la prensa y el mundo de la comunicación tradicional ha evolucionado con el auge de las RRSS y blogs, los medios de comunicación siguen teniendo un papel importante para informar a la población mediante periodistas profesionales.

Un punto que se tiene en cuenta para destacar en la actualidad son las acciones de conciencia social y valores de una marca. En la actualidad, Valquer es uno de los laboratorios de cosmética con mayor número de certificados de calidad nacionales e internacionales y premios conseguidos en Europa. La innovadora gama de cosmética sólida de Valquer destaca por ser un potente movimiento Zero Waste contribuyendo a mejorar el planeta.

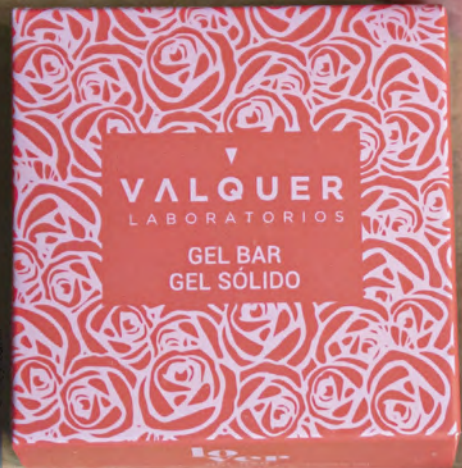
Además, Valquer apoya el gran trabajo social que ejerce la Fundación Stanpa acompañando a mujeres con cáncer en la lucha contra la enfermedad siendo patrono de esta.

El hecho que las marcas operen de acuerdo con sus valores llevando a cabo acciones, es lo que las hace destacar dentro de la competencia y repercutir en el impacto de los consumidores. Es por ello, que la prensa se hace eco de estos sucesos posicionando positivamente a la marca frente a otras.



VALC
LABORA

Convierte tu ducha en un
ritual de belleza

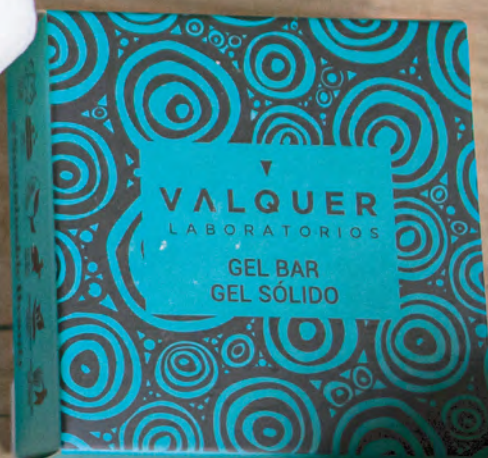
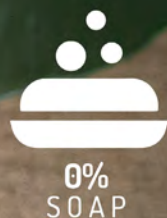


NUEVOS GEL

sumérgete en la intensidad d

#Sustainab

VALQUER
LABORATORIOS



LES SÓLIDOS

de los aromas más evocadores

leBeauty

Campos Perruquers, juntos en el camino

por David Ruiz



Uno de nuestros partners es Campos Perruquers, cuyos salones de peluquería se sitúan en Palamós (Gerona).

Un equipo formado, principalmente, por Ángeles y Alba, grandes profesionales y técnicos del sector que apostaron por nuestra marca Valquer Laboratorios incondicionalmente. Ella son grandes conocedoras de nuestros productos ya que los incorporaron en su salón, los utilizan a diario y recomiendan a su clientela.

Siempre existe un momento para dar las GRACIAS por la confianza que, día tras día, nos dispensais, y qué mejor entorno que esté, para reconocer el esfuerzo, la dedicación y constancia de todos y cada uno de vosotros.

No quiero dejar pasar la oportunidad de reconocer a todos los que en mayor o menor medida participan de esta gran familia y proyecto que es Valquer Laboratorios.

En esta primera ocasión, tengo la gran oportunidad de presentar, en familia, a nuestro primer colaborador.

CAMPOS PERRUQUERS



Un equipo formado, principalmente, por Ángeles y Alba, grandes profesionales y técnicos del sector que apostaron por la marca, en los últimos años, incondicionalmente.

Ellas comenzaron su andadura allá por diciembre de 2002, cuando decidieron abrir su salón de peluquería, con los miedos normales de un primer proyecto en común, pero con la confianza en sus cualidades y posibilidades.

Esa actitud les hizo plantearse, a pocos años vista, en el 2005, embarcarse en otro nuevo proyecto, una academia donde dar a conocer y enseñar sus conocimientos y técnicas a otras personas.



Pero no fue hasta el verano de 2011, cuando nuestro compañero y asesor comercial Ángel Martín, comenzó a visitarles y contactar para ofrecerles nuestros productos, ardua tarea a muchos kilómetros de distancia, pero con la ilusión y buen hacer que le caracteriza y gracias a su paciencia, constancia, amabilidad y su gran honestidad les dio la oportunidad de ir conociendo esta gran marca.

Anteriormente a esta época, utilizaban otras marcas más conocidas y poco a poco fueron incorporando Valqolor, nuestra marca inicial de tintes y la gama anterior de champús, para utilizar en la academia.

Cuando VALQUER lanzó la línea Vplex y Premium, se les enviaron unas muestras y fue un punto de inflexión que determinó su involucración con la marca, fue entonces cuando empezó todo el cambio. A través de la gran respuesta de los productos entre sus clientes y lo fácil que les resultó adaptarse a trabajar con nuestros productos, hoy por hoy podemos decir que es VALQUER la marca que

utilizan en exclusiva tanto en su salón como en la academia.

Desde hace unos tres años y durante este tiempo, se han ido “enamorado” e implicado mucho más con VALQUER, hasta crear otra línea más de negocio, si cabe, siendo embajadoras de Valquer y haciéndose distribuidores en su zona.

Es tal su implicación, que actualmente contamos con su buen hacer, su experiencia y profesionalidad para hacer los cursos de formación, ofreciéndose como técnicos para divulgar sus conocimientos y ponerlos a disposición de todo el equipo, familia y colaboradores y clientes de VALQUER.

Después de tantos años utilizando los productos, hemos creado una sinergia de colaboración con el departamento técnico, para el desarrollo de ciertos productos.

Hoy CAMPOS PERRUQUERS es un partner implicado con y para la marca y la FAMILIA VALQUER.



Valquer Laboratorios comprometido con la Responsabilidad Social Corporativa: Fundación Stanpa

por **Fátima Castaño**, Psicooncóloga (Coordinadora del programa)
y **Pilar Cairó**, Farmacéutica (Directora de la Fundación Stanpa)



En octubre de 2019, Valquer Laboratorios se adhirió como Patrono a la Fundación Stanpa, organización sin ánimo de lucro que promueve el programa "Ponte guapa, te sentirás mejor" de ayuda a personas con cáncer.

Junto a otras 18 compañías cosméticas como Patronos y 13 compañías cosméticas colaboradoras, Valquer Laboratorios hace posible que la Fundación Stanpa ofrezca a las personas en tratamiento contra el cáncer, una formación práctica sobre el Cuidado de la Piel y Maquillaje para ayudarles a recuperar un aspecto natural y saludable que favorezca la recuperación de su confianza y autoestima.

Esta iniciativa de responsabilidad social conjunta del sector cosmético tiene 3 características clave: es gratuita para pacientes y hospitales, es estrictamente no-médica y no tiene finalidad comercial alguna. Compañías cosméticas competidoras entre sí, se unen de forma totalmente altruista para que los pacientes con cáncer puedan conocer y experimentar los beneficios de la cosmética, especialmente relevantes en momentos de gran vulnerabilidad.

El cáncer es una patología, o mejor dicho un conjunto de patologías, cuyo conocimiento ha evolucionado muchísimo en los últimos años. Sin embargo, el diagnóstico del cáncer sigue suponiendo para el paciente una amenaza vital: miedo, cambio de planes (presente y futuro), repercusión económica, necesidad de adaptarse a sucesivas pérdidas (salud, imagen, actividad laboral...), necesidad de tomar decisiones, etc. De repente al paciente se le plantean numerosos interrogantes: cómo le afectarán los tratamientos, cómo organizar/

manejar los cuidados, establecimiento de rutinas, cumplimiento de roles y actividades, recursos y soportes disponibles etc.

Entre los factores de ayuda más relevantes se enumeran: establecer una hoja de ruta, entrenar nuevas habilidades, detectar herramientas de soporte (recursos y ayudas) para las nuevas necesidades que pueden aparecer, disponer de información rigurosa y veraz sobre su patología y pautas terapéuticas, y en general cualquier actividad que contribuya a la normalización de este período especialmente complicado en la vida de una persona y su entorno.

El COVID19 nos ha cambiado la vida, pero la Fundación Stanpa ha mantenido su objetivo de seguir apoyando a los pacientes con cáncer

El cáncer y sus tratamientos implican en muchas ocasiones una alteración de la imagen personal con consecuencias psicológicas para el paciente, siendo las más habituales: impacto personal por el cambio de imagen, el paciente no se reconoce a sí mismo, una percepción de mayor vulnerabilidad, produciéndose una reducción de la autoestima y un peor estado de ánimo. Todos estos efectos, unidos a los propios ocasionados por la enfermedad y su tratamiento producen la reducción de la actividad social con las consecuencias asociadas.

*Numerosos estudios clínicos constatan la problemática psicosocial del cáncer**

El Cuidado Personal tiene un beneficio psicológico contrastado: favorece el afrontamiento positivo y la sensación de control de imagen, normaliza los cambios en el aspecto y favorece la autoaceptación, mejora la autoestima y favorece un momento de relax diario.

El programa "Ponte guapa, te sentirás mejor" se ofrece a los pacientes en tratamiento en más de 45 hospitales públicos de toda España. Cada hospital o la correspondiente Autoridad Sanitaria de la Comunidad Autónoma firma un Convenio con la Fundación Stanpa para que sus pacientes puedan beneficiarse de esta actividad que humaniza la atención hospitalaria, estrecha la comunicación y el vínculo entre el paciente y su Equipo Sanitario y fomenta el acompañamiento y cercanía.

Son los mismos Profesionales Sanitarios los que informan y animan a sus pacientes a inscribirse a los talleres de la Fundación Stanpa, que en condiciones normales se realizan en una sala del mismo hospital con la supervisión de un profesional de enfermería. Durante 2 horas, 2 profesionales cosméticos voluntarios guían al grupito de pacientes a través de los pasos básicos para el Cuidado de la Piel y el Maquillaje que les ayude a prevenir o minimizar los efectos secundarios del tratamiento, recuperar una aspecto natural y saludable, recuperar su autoestima, disfrutar de un momento de relax y diversión en el hospital y aprender a dedicarse unos minutos al día a ellos mismos.

El COVID19 nos ha cambiado la vida, pero la Fundación Stanpa, gracias al compromiso de Valquer Laboratorios y el resto de las compañías Patronas y Colaboradoras, ha mantenido su objetivo de seguir apoyando a los pacientes con cáncer, precisamente en un momento en el que esta ayuda es más necesaria que nunca. Se buscaron las soluciones informáticas necesarias y se establecieron los mecanismos adecuados con los equipos Sanitarios de los hospitales para que los pacientes pudieran seguir disfrutando del programa con la seguridad sanitaria de hacerlo desde casa. Desde mayo 2020, los pacientes realizan los talleres online, con especial mención de los expertos en cosmética voluntarios que se han adaptado a las nuevas circunstancias para seguir impartiendo los talleres en modo virtual.

Además, se han organizado numerosos eventos a través de las redes sociales para que los pacientes reciban información rigurosa y detallada de otros aspectos relevantes de su enfermedad relacionados con la cosmética: el cuidado de las uñas, el cuidado corporal, la tinción del pelo después del tratamiento etc. eventos liderados por un reconocido profesional sanitario y un experto en cosmética especialistas en cada uno de los temas.

El pasado 8 de abril, la Fundación Stanpa compartió con el equipo de Valquer y muchos de sus clientes y distribuidores esta iniciativa, en la que todos somos partícipes. A través de la sesión, liderada por el Sr. José Luis Cerrillo y con la participación de Don Manuel Cerrillo, la audiencia tomó conciencia de la importancia social, más allá de la económica, del sector en el que trabajan, así como el compromiso total de Valquer Laboratorios con los pacientes con cáncer que pone de manifiesto su responsabilidad frente a la sociedad.



Nuestra vocación es la de las Compañías que forman la Fundación Stanpa: servir al paciente con cáncer ofreciéndole lo que mejor sabemos hacer, la cosmética. El paciente es el centro de nuestra actividad, nos guía, nos anima y nuestra mejor recompensa es la opinión de tantos y tantos pacientes que día a día nos mandan su agradecimiento por esta labor, que no sería posible sin la participación altruista y generosa de las Compañías que como Valquer Laboratorios están comprometidas en esta iniciativa de responsabilidad social.

En nombre de todos los pacientes participantes en el programa "Ponte guapa, te sentirás mejor": Gracias VALQUER LABORATORIOS.

Nuestra Historia

contada en primera persona por Manuel Cerrillo



foto retroactiva de 1994

Capítulo 4º

... continuación a la anterior revista nº 4.

1992, Fue un buen año para nuestro sector, nosotros crecimos casi un 25 por ciento. En ese año se celebraron los Juegos Olímpicos "Barcelona 92" y la Expo92 en Sevilla, el deporte y la cultura hicieron activar el empleo y la economía en nuestro país. Por mi parte, y al estar dedicado absolutamente a la gestión y dirección de la empresa, empezábamos a notar un crecimiento considerable en la producción y en el importe medio de los pedidos. Las ventas iban aumentando y el laboratorio desarrollando nuevas formulaciones y producto tras producto. Nuestro catálogo aumentaba, tanto en la línea de belleza Dr Bullón como en peluquería con la marca Valquer y otras nuevas que registramos.



Después de mucho tiempo de investigación se desarrollaron unas fórmulas específicas para combatir globalmente cualquiera de los problemas más frecuentes que pueden afectar al cabello. Una nueva marca "FORTEPEL" le dió nombre a los 7 productos de Tratamiento Biológico Capilar, que pusimos en el mercado. Una nueva línea con envases de 500 ml personalizados con un grabado en la parte frontal de la botella, -la V - de Várquer y 6 ampollas de cristal específicas en un estuche decorado.

En su afán de constante innovación, Valquer Laboratorios apoyó la difusión de esta gama dotando a los Establecimientos de venta de productos profesionales y a los Centros de Análisis Capilar, con el más reciente material tecnológico y con la realización de cursos especializados sobre el análisis y cuidado del cabello, reconociendo al profesional con el correspondiente diploma acreditativo.



También en ese mismo año sacamos al mercado “NAYOCRI” una nueva marca y una nueva línea de 10 productos, 5 de ellos capilares y otros 5 productos faciales y corporales, ambos de venta exclusiva en Herboestética. Formulaciones a base de extractos naturales, aceites minerales y esenciales muy adecuados para los tratamientos faciales. El componente fundamental de la línea capilar era la Henna, un producto de procedencia oriental rico en extractos naturales y taninos que fortalecen y enriquecen la queratina del cabello.



En ese mismo año, presentamos en el mercado una línea de bronceadores en un envase especial con molde propio tipo petaca de 250 ml, de diferentes protecciones solares. La campaña se presentó con un expositor de 24 unidades y una promoción de un bolso de viaje de obsequio. Además una página de publicidad insertada en las diferentes revistas del sector.



Antes de finalizar el año la plantilla llegó a 12 trabajadores. Dos jóvenes promesas llegaban para hacerse un hueco en el mercado laboral, Marcos y Beatriz, el primero en producción y la segunda en administración.

El departamento comercial lo gestionaba yo personalmente y ya iba necesitando de apoyo para poder llegar a todos los rincones de España. Seguía visitando las provincia y buscando y nombrando nuevos distribuidores, mi compañero Pacheco cubría la Comunidad de Madrid y algunas provincias limítrofes. Todos los años apoyamos a nuestro distribuidores en las ferias de nuestro sector en donde ellos exponían sus marcas en distribución, como por ejemplo; Jesal en Alicante, en Ourense, en Sevilla, en Talavera de la Reina y sobre todo en Madrid en “Salón Look” de Ifema, que como fabricantes reservamos un espacio bastante significativo como para montar dos stands; uno para la belleza y otro para dar a conocer las novedades de los productos de peluquería. En Salon Look, además de ser expositor, colaboraba en el Comité Asesor junto a otros compañeros del sector, por lo tanto, estaba de alguna manera obligado a estar presente en la exposición cada año.



Una nueva línea desarrollamos para cubrir las necesidades de los establecimientos de consumo y exportación. Se trata de “Lady Valquer” unos productos elaborados y pensados para cubrir las necesidades de cada tipo de piel. Tuvimos un minucioso cuidado en la selección de sus componentes, todos ellos de primera calidad, que garantizaba su excelente eficacia. Para desarrollar esta línea, tuvimos la incondicional ayuda de José Luis Alcocebar, un amigo profesional del sector del consumo que nos dedicó muchas horas de su tiempo hasta concluir el último detalle de la línea y verla expuesta en sus escaparates de

“Exclusivas Rizos” en Madrid. Sirvan estas líneas como homenaje a nuestro querido y amigo José Luís que falleció en el mes de mayo de 2001.



De la mano de una empresa del mundo de la moda de importación y exportación, en 1992 sacamos al exterior la línea “Lady Valquer” fué en Cuba, expusimos en la Feria Internacional de Cuba, en la Habana. No tuvimos mucha demanda en esta feria, pero nos sirvió de experiencia para ir conociendo el mundo de la internacionalización y las gestiones para exponer fuera de nuestras fronteras.



1993 volvía a crecer la plantilla situándose en 14 trabajadores, con la incorporación de Cristina Esteban en el departamento de administración; la atención a los clientes, la recepción de pedidos y la facturación era su principal cometido, También ejercía de

secretaria de dirección, Cristina Esteban nos dedicó 17 años de su vida profesional que siempre le agradeceremos, una excelente profesional y compañera que formaba parte de la familia Valquer al igual que los demás compañeros.

En septiembre del año 93 Ingresaba en el Centro de Perfeccionamiento de Alta dirección de empresas CPA, como ya indique en la anterior revista. Durante 2 años enriquecí mis conocimientos de gestión y dirección qué día día llevaba a la práctica en mi propia empresa. Mis 17 compañeros con los que compartía todos los fines de semana, nos intercambiamos experiencias y conocimientos, que junto a la aplicación sistemática del Método del Caso, permitió llevar a cabo un entrenamiento pragmático e intenso, dónde se incrementaba la capacidad de tomar decisiones en situaciones concretas y reales con una visión global de la empresa, saber lo que hay que hacer y hacerlo, incrementar la experiencia y la eficacia profesional para ser capaz de confrontarse con situaciones nuevas.

Considero que esta decisión y formación recibida fué todo un ÉXITO para el desarrollo y el crecimiento de Valquer Laboratorios.



La primera promoción del CPA llegaba a su fin, un trabajo en equipo, otro individual y una misión económica a un país determinado, culminaría la formación y el adiestramiento de Alta Dirección. Acordé con mis cuatro compañeros que formamos equipo, que fuese

Valquer la empresa a analizar y estudiar un plan estratégico de futuro. Un estudio real sobre una empresa real. Y así lo hicimos.. En junio de ese año de 1994, concluimos nuestro trabajo en equipo y lo presentamos en formato "El Caso" sobre Valquer Laboratorios, compuesto por 90 páginas más 47 anexos, en donde se reflejaba minuciosamente la situación actual y un plan estratégico a seguir de todos los departamentos; comercial, fabricación, I + D, recursos humanos y financiero. Específicamente dentro del apartado de recursos humanos, se detalló la función del equipo directivo compuesto por sus dos socios, literalmente decía:

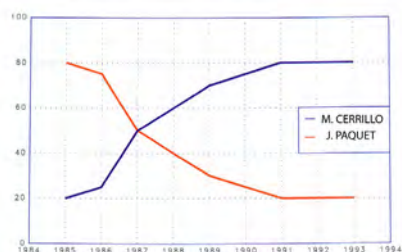
José Paquet, de más edad que su socio y sin descendencia, no era partidario de que Valquer aumentara su volumen de negocios, circunstancia esta que se venía produciendo de forma reiterada en los últimos años. Su visión del negocio era la de no complicarse demasiado en crecer.

Manuel Cerrillo, más joven, y con descendencia, tenía una visión opuesta de la Empresa. Para él Valquer tenía un gran potencial que debía ser desarrollado. Tras los momentos posteriores a la adquisición y una vez dotada a la Empresa de la adecuada organización, su principal preocupación era la de crecer e ir vendiendo cada vez más.

Cómo responsable de la Dirección Comercial había logrado grandes aumentos en las cifras de negocios de la compañía, especialmente en los dos últimos años en los que su dedicación a los temas comerciales había podido ser mayor.

En el siguiente gráfico en forma de tenaza, se muestra el reparto y el alcance de las funciones directivas y la asunción de responsabilidad de cada uno de los socios:

FUNCION DIRECTIVA
ASUNCION DE RESPONSABILIDAD



El estudio de 137 páginas fue presentado en el domicilio del CPA y fueron invitados al acto mi socio José Paquet y otros compañeros directivos que asumían cargos de responsabilidad en Valquer. Se hizo una extensa exposición de todos los temas por los cinco participantes - yo entre ellos- que llevamos a cabo la realización del estudio y análisis de todos sus departamentos, los datos y las propuestas estratégicas estaban muy claras y así lo dimos a entender. No había cabida en la sociedad para quienes no apostaban por un crecimiento organizado. La empresa podría crecer con rapidez si no tuviera en la cúpula a un socio que frenara su despegue.

A raíz de aquel día, las relaciones y las decisiones entre los dos socios estaban enfrentadas. El 50 por ciento de participaciones que ostentábamos cada uno estaba a nombre de nuestra respectivas esposas, cada parte era un conflicto para llegar a un acuerdo amistoso, que nos condujo a vivir durante 3 años situaciones incómodas y difíciles de solventar. Mi propuesta una y otra vez era siempre la misma: ¿me compras o te compro?. Hicimos un inventario real para ponerle precio a nuestras participaciones. En ese inventario salieron varias irregularidades que pusieron en tela de juicio las gestiones de mi socio como responsable de fabricación. No quise darle importancia pero las relaciones entre los dos habían empeorado. Mi socio seguía sin querer vender y tampoco quería comprar. Las participaciones estaban divididas a partes iguales pero, casualmente en esa época su mujer ostentaba el cargo de presidente, disfrutaba del voto decisivo para desempatar cualquier decisión que tomáramos en Junta.

Paquet, tenía 54 años y yo 43, él no quería vender ni comprar, su actitud era muy conservadora, mantener lo que tenía sin crecimiento, sin inversiones, sin endeudamiento y aguantar así hasta los 65 años y llegar a la edad de jubilación, o sea, así durante 11 años más. En esa época, cuando él se jubilara, yo tendría 54 años. Habría invertido los mejores años de mi vida, para mantener una vida

cómoda a una familia sin descendientes y sin aspiraciones de futuro. Su mujer enfermera que también sumaría recursos para sus cómodas jubilaciones. Yo no estaba dispuesto a ello.

Afortunadamente la incómoda situación no se trasladó nunca a los Clientes ni a los Proveedores, los Trabajadores si estaban al corriente de la situación, todos pendientes de ver a qué bando se inclinaba la razón. Durante 3 años no nos pusimos de acuerdo en nada. Yo seguía tomando decisiones de dirección y mi socio de fabricación. El respeto y el saber estar, hizo su trabajo.

No obstante, ellos intentaron convocarnos para llevar a cabo una Junta Extraordinaria, enviándonos varias convocatorias a través del propio notario del municipio de Arganda, con el único fin de cambiar el Consejo de Administración y quedarse ellos únicamente con los poderes para gestionar la empresa. Pero nunca pudieron hacerlo, siempre que llegaba una citación o convocatoria del notario, mi mujer y yo nos marchábamos de viaje de trabajo -visita de clientes-, una vez estábamos en Cáceres, cuando nos llamaba el socio para celebrar Junta, otra vez en Asturias, otra en Andalucía, etc, etc,. Nunca consiguieron que los dos matrimonios nos reuniéramos. Y pasaba el tiempo...

Fue una estrategia de quitarnos de enmedio para no dar opción a celebrar Junta, fué otro de los ÉXITOS para llegar al día de la compra-venta. Gracias a ello, Valquer conoció su crecimiento a tiempo que le condujo a la actual situación.

A finales del 1995, El alcalde de Arganda del Rey, me pidió colaboración para llevar a cabo la primera feria industrial del municipio y formar parte del comité organizador. Y aunque la situación societaria estaba muy complicada, y sabiendo que dicha colaboración me iba a restar bastante tiempo de mi gestión diaria, valoré la situación y acepté la petición del Alcalde. El 23 de mayo de 1996 se inauguró la "I Feria

Industrial y Comercial de Arganda del Rey" (FICAR'96). Ocupe el cargo de Secretario General del Comité Organizador. Estuvimos durante seis meses dedicados al montaje y organización de la feria, que alternaba con mi gestión empresarial. Expusimos en un stand todos nuestros fabricados, mi socio colaboró en el montaje y en la atención durante los cuatro días de feria. Me sentí muy satisfecho por el trabajo realizado y fui reconocido junto a mis compañeros de comité por la gestión realizada.



Presentación de la Feria Ficar 96



Manuel Cerrillo saluda a Alberto Ruiz Gallardón Presidente de la Comunidad de Madrid



Angel Gonzalez Director Técnico de Valquer, recoge de manos de Antonio de la Torre Dtor. General de Codan, el diploma de reconocimiento a Valquer por su colaboración y apoyo a Ficar 96

Aunque la situación seguía muy tirante, a primeros de julio de 1997 ablandamos un poco la situación y decidimos poner un precio definitivo a las participaciones. Sería otro nuevo inventario real el que indicara el precio de cada parte.

Durante los tres años de conflictos, yo no paraba de viajar en busca de nuevos clientes y distribuidores, no bajé la guardia en ningún momento, como Director Gerente gestionaba la empresa como si tal cosa, buscando siempre su crecimiento. Mi objetivo era crecer y crear puestos de trabajo. Y a regañadientes no dejamos de hacer algunas inversiones y nuevas contrataciones. Actualizamos un poco la maquinaria de fabricación y envasado, reformamos el laboratorio, adquirimos una nueva furgoneta de reparto y dos vehículos nuevos. La cifra de negocio iba creciendo, se contrató a dos nuevos repartidores Pedro Ramos y Fernando Orihuela que rápidamente pasó a formar parte del equipo comercial de vendedores. A Gemma Pérez como Operadora de llenado y envasado. Otro fichaje fue Paula García-Ochoa como Asesora Técnica, y Javier Ruiz como Ayudante Técnico para fabricación. La familia Valquer había crecido alcanzando un total de 19 compañeros.

hacer frente a la totalidad de la compra de las participaciones. Lo comenté con mis compañeros del CPA y me salieron varios interesados en invertir. Adquirieron entre cinco de ellos un 44% del capital social, el otro 6 % lo adquirí yo a título personal. Habíamos cambiado un socio por cinco, pero esta vez ya no haríamos -tabla- como suele pasar en el juego de damas.

Quise tener socios corporativos que formaran un gobierno corporativo de verdad, que aportaran iniciativas y valores que hicieran crecer y rentabilizar mejor el trabajo diario y sus resultados. Desafortunadamente no fue así como lo había planificado. En los años 1998,99 y 2000 tuve que buscar financiación para ir comprando a los nuevos socios de uno en uno y poner fin a otra nueva situación que no era agradable para el crecimiento de la empresa. Y en febrero del 2000 aunque muy endeudados, firmamos la última compra de participaciones ante notario. Mi mujer y yo habíamos conseguido ser los únicos propietarios del cien por cien del capital social de Valquer Laboratorios, S.L., por fin, conseguimos tener la pista de despegue limpia y poder despegar sin ningún obstáculo.

El endeudamiento para poder adquirir el 44% de las participaciones fue otra decisión valiente y comprometida que resultó ser otro ÉXITO para el futuro de la empresa.

Continuará...



El inventario se había elevado sobre el que hicimos en años anteriores. El 50% del inventario realizado arrojó una cifra bastante elevada, que mi mujer y yo solos no pudimos

Valquer Laboratorios recibe el galardón como “Empresa del Año 2020” otorgado por Fedeto

El pasado mes de diciembre la Federación Empresarial Toledana, FEDETO, hizo entrega de sus XXIV Galardones Empresariales. Cabe destacar que otorgó a Valquer Laboratorios el máximo galardón como Empresa del Año debido a su gran proyección nacional e internacional, así como a su actividad en I+D+i.

Nuestro presidente D. Manuel Cerrillo Arrebola fue el encargado de recoger dicho premio de la mano de su patrocinador D. Javier López Martín, presidente de EUROCAJA RURAL y expresó su gran agradecimiento y satisfacción ya que esta distinción supone un reconocimiento a la gran labor empresarial de Valquer Laboratorios. El objetivo siempre se ha puesto en investigar y fabricar productos innovadores dentro del sector cosmético.



Además, D.Manuel declaró que este premio supone una gran inyección de motivación y optimismo, ya que nos impulsa para seguir trabajando como lo venimos haciendo. Quiso recalcar que este reconocimiento va destinado a todos los trabajadores de Valquer Laboratorios. Gracias al trabajo de todo el equipo de Valquer es posible lanzar los mejores productos adaptados a las necesidades del cliente.En este marco, destacamos el lanzamiento del limpiador de manos hidroalcohólico con aloe vera para desinfectar las manos contra el COVID-19

En Valquer Laboratorios apostamos por la constante innovación y prueba de ello son las más de 600 fórmulas registradas, entre las que se encuentran productos tan innovadores como la línea de cosmética sólida, productos con certificación Halal, o toda la gama de cuidado capilar zer0%, sin sulfatos ni siliconas.

Las circunstancias derivadas de la crisis del coronavirus ha provocado que este año los premios FEDETO se otorgaran dentro de un ciclo de conferencias virtuales con personas relevantes, entre los que se encontraban José María Gay de Liébana, profesor de Economía, Vicente Vallés, presentador del informativo de Antena3, D. Antonio Garamendi, presidente de CEOE, y el Padre Ángel, de Mensajeros de la Paz, entre otros.



VALQUER
— PROFESSIONAL —

HAPPY PEOPLE, INNOVATING COSMETICS



ZERO 0%

SULFATE
COLORANTS
SALT / P
SILICONES
ANIMALS



Emotivo homenaje a D. Manuel Cerrillo, presidente de Valquer Laboratorios, en plena pandemia

por Pureza García



Talento, dedicación, compromiso, sacrificio, pasión y perseverancia. La pasión y el amor hacia las personas han sido desde 1975, año en el que D.Manuel Cerrillo Arrebola fundó Valquer Laboratorios, el motor y la clave para lograr el éxito tanto profesional como personal.

Nada hacía presagiar a Manuel y a su mujer Conchita que años más tarde, en concreto en 2021, Valquer Laboratorios iba a tener presencia internacional en más de 60 países. Valquer Laboratorios es un referente en el sector I+D+i en cosmética innovadora gracias al esfuerzo y al trabajo de un gran equipo de personas.



Desde Valquer Laboratorios rendimos homenaje a nuestro presidente D. Manuel en su 70 cumpleaños, por todo el cariño que nos ha brindado durante este tiempo y por los logros alcanzados en su brillante trayectoria profesional. Para ello, siempre se han cumplido las medidas de seguridad guardando las distancias de seguridad y protegidos con mascarillas frente al Covid.

Compartimos con todos vosotros, sois parte de la historia de Valquer, una galería de imágenes que muestran el



homenaje que llevamos a cabo a D. Manuel Cerrillo en su 70 cumpleaños y jubilación.

En la actualidad, Manuel Cerrillo Arrebola ha cedido el relevo de su empresa familiar a la 2ª generación, José Luis Cerrillo ocupa hace años el cargo de Director General y su hermano, Manuel Cerrillo, es adjunto a dicha dirección.

Gracias a todos por formar parte de nuestra gran familia, el universo Valquer.



VALQ
LABORATORIO

NUEVA LÍNEA SOLAR CON PERFUME M

PROTÉGETE FRENTE AL SOL

LUCE UNA PIEL BONITA, PROTEGE LA PIEL Y EL CABELLO

Nuevos protectores solares
corporales spf 15, spf 30 y spf 50.

Nuevo protector capilar.



VALQUER

LABORATORIOS

SOLAR SUNSCREEN MONOI DE TAHITI



VALQUER

LABORATORIOS

Happy People, innovating cosmetics

99908/05



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

