

¿Quiénes somos?

Migueláñez, empresa fundada en 1983 por Onésimo Migueláñez, nació como distribuidora de artículos de confitería para Madrid y alrededores. Pronto la calidad y variedad de su oferta y el excelente servicio a los clientes, llevaron a la empresa a expandirse por todo el territorio nacional y a convertirse en líder en la distribución de artículos de confitería.

Actualmente, Migueláñez cuenta con una plantilla estable de **400 personas**, entre puestos directos e indirectos. Se trata de un personal joven (la media no supera los **32 años**) que aporta entusiasmo, creatividad, flexibilidad y dinamismo.

La superficie de su almacén central, ubicado en Madrid, supera los **10.000 m²** y facilita la distribución logística a sus **21 delegaciones** repartidas entre España y Portugal.



Los 3 pilares sobre los que se asienta el negocio de Migueláñez son:

- Marca.
- Distribución.
- Calidad

Marca

Migueláñez cuenta con cinco marcas propias para diferentes líneas de producto y segmentos de consumo.



Migueláñez: La más conocida por el consumidor y la que más esfuerzos ha concentrado en los últimos años. Bajo el eslogan '**Gente Dulce**' abarca una amplia gama de productos como jellies, geles, regalices, marshmallows, juguetes rellenos de dulces y caramelos, golosinas para congelar y envases especiales reutilizables.

Migueláñez Chocolates: creada para distinguir la oferta de bombones y chocolates de la tradicional especialidad de la firma, con la que el público ya la identificaba. Incluye gamas de chocolates, bombones, snacks y chokolatinas, huevos de Pascua, productos estacionales, entre otros.

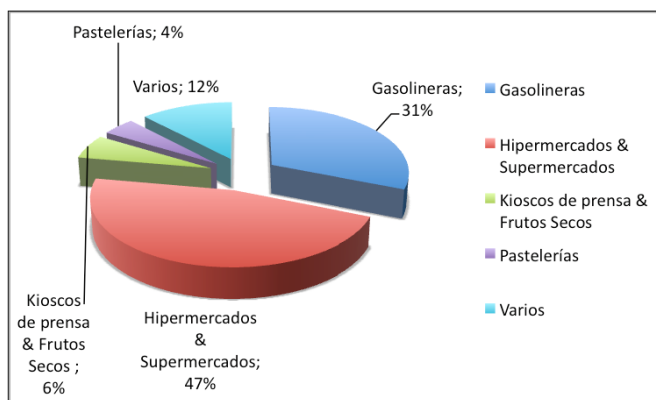
MGZ: Marca para la exportación, en especial para aquellos países de habla no hispana.

Picotadas: abarca snacks salados y frutos secos bajo el eslogan '**Gente Salada**'.

Migueláñez Celebraciones: la más reciente en salir al mercado. Presentada en la edición 2012 de Alimentaria, agrupa todos los productos para fiestas, celebraciones y eventos, como piñatas, regalos con chuches, peluches, etc.

Distribución

El canal de venta de Migueláñez se reparte según el siguiente gráfico:



La excelencia en el servicio es un valor determinante en Migueláñez. La distribución hasta el punto de venta, esté donde esté, durante la semana o en fin de semana, incluso en jornadas festivas, es uno de sus grandes valores. Migueláñez garantiza además, la atención personalizada a cada uno de sus clientes.



Como apoyo logístico, la compañía cuenta con una flota de vehículos que engloba 16 camiones tráiler para transporte nacional e internacional y una amplia gama de furgonetas y coches propios que permiten dar servicio en menos de 48 horas a cualquier punto de la península.

Calidad

La calidad es otro de los factores distintivos de los productos de Migueláñez. La fabricación de los productos de la marca Migueláñez se realiza íntegramente en Europa con materias primas de primer nivel. Por ejemplo, los chocolates se producen en Bélgica, cuna de algunos de los mejores chocolates del mundo.

Todos los procesos, desde la fabricación a la entrega en el punto de venta, pasando por el diseño del envase o la selección de los mejores proveedores de cada producto, han convertido a la marca en un referente para los consumidores que buscan calidad.

Con el fin de adelantarse a las demandas del consumidor, Migueláñez ofrece las líneas más innovadoras y comprometidas con la salud. Migueláñez se preocupa por el bienestar de los consumidores y por todos los detalles que pueden hacer su vida más agradable. Un ejemplo de ello son sus productos de Línea 0, de jellies con alto contenido de zumo, con colorantes naturales, sin grasa, sin gluten, o las enriquecidas con Vitamina C.

Líneas Estrella de Producto

En los últimos tiempos se han lanzado diferentes líneas de producto que responden a la preocupación de los ciudadanos por cuidarse, mantenerse en forma o disfrutar de una gama de productos que no perjudique su salud:

- Productos **sin gluten**. Orientados a personas celiacas. Desde sus orígenes, Migueláñez busca satisfacer las necesidades alimentarias de las personas con intolerancia al gluten, siendo pionera en ofrecer jellies sin gluten. La cartera de productos sin gluten se amplía constantemente. En la actualidad, abarca muchos de los productos de Migueláñez Chocolates o Migueláñez Celebraciones. Está adscrita al libro de la FACE (Federación de Asociaciones de celiacos de España) y es la marca de dulces de referencia para el colectivo de celiacos y sus familiares.
- Líneas de productos **sin grasa**, diseñadas para el cuidado de la línea sin privarse del placer de tomar golosinas y caramelos.
- **Jellies 10% zumo concentrado de frutas**. Aporte extra en una alimentación saludable. Especialmente orientadas a niños bajo prescripción de los padres con el fin de dar a sus hijos una buena alimentación.
- **Jellies sin grasa Vitamina C**. Jellies en forma de gajos de naranja y limón enriquecidos con vitamina C que suponen un refuerzo para el organismo ante resfriados y procesos gripales.

- **Línea 0 Zumo Jelly sin grasa, sin gluten, con 10% zumo concentrado de frutas y colorantes naturales.** La línea de jellies de mejor calidad del mercado.
- **Líneas de producto regionales.** Migueláñez está cerca de la sociedad, y por ello ha desarrollado productos exclusivos para celebraciones típicas de diferentes comunidades autónomas españolas como el rosario de Palma de Mallorca, el Olentzero del País Vasco, el Caga tió y el cono de Sant Jordi en Cataluña.

Innovación

Como muestra de su afán innovador y de su extraordinaria flexibilidad, Migueláñez introduce entre 40 y 50 referencias nuevas anualmente en el mercado para responder a las demandas de clientes y consumidores.

En línea con la filosofía de la empresa de innovar en todos los ámbitos posibles, Migueláñez cuenta con un código de barras propio (EAN) que corresponde a la silueta del logotipo Migueláñez.



Otra muestra de innovación es el ya clásico "**Jellypack**", palabra compuesta por "Jelly" (caramelo de goma) y pack (envase). Cuando Migueláñez se introdujo en gasolineras y áreas de servicio, se pensó en ofrecer un diseño de envase para las gominolas que fuera práctico y evitara distracciones del conductor al volante, teniendo en cuenta que actualmente casi todos los automóviles incluyen un espacio porta vasos. Así nació el jellypack, que además puede ser reutilizado para conservar cualquier producto y es apto para su uso en microondas y en lavavajillas. Recientemente se ha incorporado la bolsa autoportante de 500 gramos, única en el mercado, para la gama Zumo Jelly.

Respondiendo a las demandas de los consumidores, Migueláñez resalta las características de los productos en todos sus envases, que incluyen símbolos perfectamente reconocibles por cualquier cliente.



Responsabilidad social corporativa

Cerca de las personas con discapacidad. Además de las líneas de producto comprometidas con la salud, como las 'libre de grasa', 'vitamina C' 'sin gluten', "sin lactosa", etc., Migueláñez está activamente **implicada en la integración social y laboral** de personas en situación de riesgo o exclusión social por tener una discapacidad física o intelectual. Cuenta con personal con discapacidad en plantas de envasado, oficinas, etc. Un símbolo en el packaging del producto comunica al consumidor este compromiso en favor de la integración social de estos trabajadores.



Cerca de la infancia, los jóvenes y el ocio sano. Migueláñez participa en iniciativas como el 'Día del niño', **eventos lúdicos y culturales**, como obras de teatro infantiles y juveniles, presentaciones de libros, etc.



Cerca del deporte. Migueláñez patrocina varias **escuelas deportivas** locales donde niños, jóvenes y mayores comparten su afición por el fútbol. Concretamente patrocina la Escuela Deportiva Moratalaz (Madrid) y el Club Atlético Nazaret (Valencia). Además, se compromete con el deporte y los más pequeños apoyando concursos de saltos de ponis o de patinaje.

Comprometidos con la acción social: **CAMPAÑA SONRISAS DULCES.**

Con el fin de institucionalizar las diferentes campañas puntuales que Migueláñez venía realizando a lo largo de los años, **en 2010 la empresa organizó la Campaña SONRISAS DULCES**, que abarca el último trimestre del año, hasta el 6 de enero del año siguiente. Se trata de una campaña solidaria en favor de una fundación, asociación u ONG distinta cada año. El objetivo de la campaña es doble: por una parte la recaudación de fondos para la entidad beneficiaria; y por otra parte, no menos importante, la concienciación social sobre el área de acción al que se dedica la organización seleccionada.

1ª CAMPAÑA SONRISAS DULCES (2010/2011). La 1ª Campaña Sonrisas Dulces en beneficio de la **Fundación Theodora** (dedicada a financiar las visitas de los Doctores Sonrisa a niños enfermos y sus familiares en hospitales) le valió a Migueláñez entre otros, el Premio Áster Marketing y Valores de Esic Marketing & Business School 201. Gracias a su éxito, se pudo dar continuidad a esta iniciativa solidaria. La donación de 36.270 Euros a la fundación equivalió a subvencionar la visita de varios doctores sonrisa a niños ingresados en un hospital durante 1 año completo.

2ª CAMPAÑA SONRISAS DULCES (2011/2012). En 2011 la II Campaña Sonrisas Dulces, en favor de la **Fundación Carmen Pardo-Valcarce** (dedicada a facilitar la inclusión laboral de la personas con discapacidad intelectual) ha marcado un segundo hito en la acción social de la empresa. Por primera vez personas con discapacidad intelectual diseñaban y protagonizaban la imagen de una campaña solidaria, que puso de manifiesto que están preparados para incorporarse al mercado laboral en muy diversos ámbitos. El spot de la campaña fue elegido por los internautas como el preferido de los **Premios Best Pack en Facebook el 30 de enero de 2012**. Fruto de esta colaboración, Migueláñez ha firmado con la Fundación Carmen Pardo-Valcarce un contrato para que pasen a ser un proveedor más en el manipulado de sus productos, mediante la subcontratación de 20 personas para envasar piñatas.

Esta campaña le ha valido a Migueláñez el “**Premio Internacional Puentes del Mundo a la Responsabilidad Social**” otorgado por la Fundación Puentes del Mundo, como “**Empresa socialmente responsable del año**”.



3ª CAMPAÑA SONRISAS DULCES (2012/2013). Recientemente ha arrancado la 3ª Campaña solidaria Sonrisas Dulces promovida por Migueláñez en colaboración con la Asociación Pablo Ugarte (APU). Su objetivo es contribuir a la erradicación del cáncer infantil de dos maneras: a través de una donación económica destinada a varios equipos de investigación de hospitales españoles, y la concienciación de la población sobre la importancia de colaborar contra esta enfermedad, que puede afectar a cualquier familia en cualquier momento.

Reconocimiento empresarial

Migueláñez se ha situado en los primeros puestos de los rankings de empresas que están creciendo a pesar de la situación de crisis económica. Hoy por hoy es la compañía española líder en el sector de la confitería y su labor ha sido reconocida a través de diferentes premios.

En 2009, su fundador, **Onésimo Migueláñez** fue galardonado con el **Premio CECOMA a la labor empresarial** por su trayectoria al frente de la empresa. En **mayo de 2011 ha sido nombrado “Segoviano del Año”** por parte del Hogar Centro Castellano-leonés de Barcelona.



Su sucesor al frente de la empresa, **Mario Migueláñez**, recibió en 2007 el **Premio al relevo generacional** concedido por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid.

Además, la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP) ha otorgado a Migueláñez el **Premio Plata a la Campaña de la Nochevieja Universitaria 2009**, por su notoriedad, resultado y originalidad.

En noviembre de 2010, Migueláñez fue galardonada con el premio a la **“Mejor Pyme del Año 2010”** que convoca la revista **Emprendedores**.



Para más información:

María Fernández Álvarez – Arturo Encinas Cantalapiedra
comunicacion@miguelanez.com comunicacion2@miguelanez.com
T. 915 775 715 – M. 620 993 414
www.facebook.com/golosinasmiguelanez
Twitter: @miguelanez