

# EL MILAGRITO

## INDUSTRIAS QUÍMICAS

Boletín Informativo. Nº5. Abril 2026



**El Milagrito vuelve a la gran pantalla con “La familia Benetón 2”**

PÁG. 2 Y 3

**Jose Luis López Roldán**

Departamento Comercial

**“Llevar El Milagrito a ferias internacionales es mucha responsabilidad, pero también un gran orgullo”**

PÁG. 8-9



### RECONOCIMIENTO

**El Milagrito recibe un galardón por su implicación en la lucha contra el cáncer**

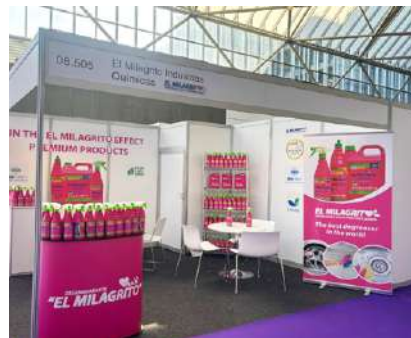
PÁG. 4 Y 6



### EVENTO

**El Milagrito presente en la feria internacional InterClean Amsterdam**

PÁG. 7



### FERIA

**Impulso al talento y a la empleabilidad en la Feria de Acción contra el Hambre**

PÁG. 10 y 11



## El Milagrito refuerza su apuesta por la Cultura con su participación en la película “La familia Benetón 2”

**La icónica botella rosa vuelve a la gran pantalla en una comedia familiar protagonizada por Leo Harlem**

En El Milagrito volvemos a apostar por la cultura y el cine español con nuestra participación como product placement en La familia Benetón 2, la nueva comedia familiar que se estrena en cines este próximo viernes, 17 de abril, tras su paso por el Festival de Málaga, y que acaba de presentar su premier el 11 de abril en Madrid.

Nuestra conocida “botella rosa” se convierte nuevamente en parte del universo cinematográfico, siendo esta la tercera película en la que aparece como elemento integrado en la trama. En esta ocasión, El Milagrito acompaña al protagonista, Leo Harlem, en distintas escenas de la película, consolidando su presencia como un guiño cercano y reconocible para el público.

La premiere del film se ha celebrado en los Cinesa Proyecciones de Madrid, donde estuvo presente nuestro director comercial, Javier Castro Molera, quien quiso mostrar su apoyo al equipo artístico y técnico. Durante el evento, Javier felicitó al protagonista, Leo Harlem, así como al resto del elenco y al director por el resultado de la película.

Dirigida por Joaquín Mazón y con argumento de Curro Velázquez, La familia Benetón 2 es una producción de Atresmedia Cine que continúa apostando por el humor, los valores familiares y, en esta ocasión, por la diversidad cultural y la inclusión. La cinta está protagonizada por Leo Harlem y El Langui, acompañados por un reparto coral que incluye tanto a actores consolidados como a jóvenes talentos.

La historia retoma la vida de Toni Benetón, quien, cuando cree tener todo bajo control en su peculiar familia multicultural, ve cómo la llegada de dos nuevos bebés revoluciona por completo su día a día, multiplicando los retos... y también las aventuras.

### TERCERA PELÍCULA

Esta colaboración se suma a nuestras anteriores participaciones en producciones cinematográficas: Como Dios manda y Padre no hay más que uno 4, reforzando nuestro posicionamiento como una marca cercana, familiar y comprometida con contenidos que transmiten valores positivos.

Tras su estreno en salas, la película continuará su recorrido en plataformas como Netflix y posteriormente será emitida en Antena 3, ampliando así su alcance entre el público.

Con esta iniciativa, en El Milagrito reafirmamos nuestro compromiso con la cultura y el entretenimiento, apostando por proyectos que conectan con la sociedad y que forman parte del imaginario colectivo desde el humor y la cercanía, valores que se alinean con la filosofía de un producto tan transversal como la conocida universalmente “botella rosa”.



## Participamos en la Jornada DIRSE Andalucía sobre sostenibilidad y transparencia

El pasado 9 de abril asistimos a la Jornada DIRSE Andalucía “Sostenibilidad que se comunica, sostenibilidad que transforma”, un espacio de reflexión y diálogo centrado en el papel estratégico de la comunicación en el ámbito de la sostenibilidad empresarial. El encuentro, celebrado en la Fundación MÁS de Sevilla, reunió a profesionales del ámbito ASG de toda Andalucía con un objetivo común: avanzar hacia modelos de gestión más éticos, transparentes y competitivos.

En representación de El Milagrito, nuestro compañero Mario González Martín, responsable del Sistema de Gestión Integrado, participó en esta cita clave para comprender los nuevos desafíos que afrontan las organizaciones en materia de comunicación responsable.

Durante la jornada, se abordaron los principales contenidos del 11º Toolkit de DIRSE, titulado “Cómo abordar la comunicación en el ámbito empresarial con la nueva normativa de greenwashing”. Este documento pone el foco en la necesidad de reforzar el rigor y la veracidad de los mensajes corporativos en un contexto cada vez más exigente desde el punto de vista regulatorio y social.

Uno de los ejes centrales del encuentro fue el análisis de la Directiva (UE) 2024/825, que marca un antes y un después en la forma en que las empresas comunican su impacto ambiental. Esta normativa exige mayor transparencia, prohíbe afirmaciones sin base verificable y limita el uso de etiquetas no certificadas, impulsando así decisiones de consumo más responsables y el desarrollo de una economía circular.

Además de las ponencias, la jornada incluyó mesas de debate y experiencias prácticas que enriquecieron el intercambio de conocimientos entre los asistentes. Este diálogo abierto permitió compartir buenas prácticas y reflexionar sobre cómo integrar de



manera efectiva los criterios de sostenibilidad en la estrategia empresarial.

Nuestra participación en este tipo de foros refuerza nuestro compromiso con una comunicación honesta y alineada con los valores de sostenibilidad, conscientes de que informar con transparencia es también una forma de generar impacto positivo.



## Compromiso que deja huella: recibimos el Galardón Contra el Cáncer 2026

El pasado 14 de abril vivimos una noche especialmente significativa para todo nuestro equipo. En el incomparable entorno de los Reales Alcázares de Sevilla, tuvimos el honor de recibir uno de los reconocimientos otorgados en los Galardones Contra el Cáncer 2026, organizados por la Asociación Española Contra el Cáncer.

Este evento reúne cada año a investigadores, entidades y representantes de la sociedad civil para poner en valor el esfuerzo colectivo en la lucha contra el cáncer. Una cita que no solo reconoce avances científicos, sino también el compromiso social de quienes trabajan para mejorar la vida de las personas.

En nuestro caso, hemos sido reconocidos por nuestra implicación activa con la Asociación, un reconocimiento que nos emociona profundamente porque refuerza nuestra convicción de que la responsabilidad social puede y debe tener un impacto real en la sociedad.

El galardón fue recogido por nuestra directora ejecutiva, María Castro Molera, en representación de todo el equipo de El Milagrito. La entrega corrió a cargo de Jesús Maza, presidente de la AECC en Sevilla, y Encarnación Fuentes, diputada de Cohesión Social e Igualdad de la Diputación de Sevilla.



Este reconocimiento es también el reflejo del trabajo que hemos desarrollado durante los últimos años. En 2024 y 2025 impulsamos diferentes campañas solidarias a beneficio de la AECC bajo el lema "Milagros que pueden salvar vidas", con las que buscamos aportar nuestro granito de arena a una causa que nos toca a todos de cerca.

Nuestro compromiso con la solidaridad sigue adelante. En 2026 hemos dado un paso más colaborando con ELA Andalucía, reafirmando nuestra voluntad de apoyar iniciativas que generen un impacto positivo en la vida de las personas.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a la AECC por este galardón. Lo recibimos con orgullo, pero también con la responsabilidad de seguir trabajando, innovando y sumando esfuerzos para contribuir a una sociedad mejor.

Porque si algo tenemos claro, es que los pequeños gestos, cuando se hacen con compromiso, pueden convertirse en grandes milagros.



## Participamos en el programa Más de uno Madrid de Onda Cero

El pasado 20 de abril tuvimos la oportunidad de acercar nuestra historia a nuevos oyentes a través del programa de radio Más de uno Madrid, de Onda Cero, que se desplazó hasta Sevilla para emitir desde nuestra ciudad. Con motivo de esta visita, nuestro director comercial, Javier Castro Molera, fue invitado a participar en una entrevista en directo.

Durante la conversación, conducida por la presentadora Pepa Gea, compartimos los orígenes de nuestra marca y uno de los aspectos más singulares de nuestra identidad: el nombre. Javier explicó cómo, en sus inicios, nuestro producto se llamaba "Nuca Max", pero fueron los propios consumidores quienes comenzaron a referirse a él como "El Milagrillo" por su eficacia. Un apodo que, con el tiempo, adoptamos oficialmente y que hoy forma parte esencial de nuestra historia y de nuestro vínculo con quienes confían en nosotros.

La entrevista también nos permitió reforzar nuestra presencia en el mercado madrileño. Aprovechamos el espacio para informar a los oyentes de dónde pueden encontrar El Milagrillo en Madrid, acercando así nuestro producto a nuevos hogares y



consolidando nuestro crecimiento fuera de Andalucía.

Nuestra participación en este programa ha supuesto una valiosa oportunidad para seguir construyendo marca, conectar con nuevos públicos y compartir, en primera persona, aquello que nos hace únicos: un producto que nació de la confianza de las personas y que sigue creciendo gracias a ellas.

## Impulsando el talento femenino: nuestra directora ejecutiva como jurado en el V Programa Áurea de Emprendimiento Femenino 2026



**E**n El Milagrito seguimos apostando por el desarrollo del talento y la igualdad de oportunidades. Por eso, es un auténtico orgullo que nuestra directora ejecutiva, María Castro Molera, haya formado parte del jurado del V Programa Áurea de Emprendimiento Femenino 2026.

Este programa, organizado por la Universidad de Sevilla y subvencionado por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) de la Junta de Andalucía, se ha consolidado como una iniciativa clave para impulsar la empleabilidad y el espíritu emprendedor entre universitarias andaluzas. Dirigido a estudiantes y tituladas de grado, máster y doctorado, el programa ofrece un entorno de aprendizaje dinámico basado en la práctica, la mentorización y la experiencia real.

A lo largo de esta quinta edición, las participantes han trabajado en el desarrollo de proyectos innovadores mediante metodologías como Design Thinking, fortaleciendo competencias esenciales para su futuro profesional. El programa no solo potencia la creatividad, sino que también proporciona herramientas concretas para la

gestión de proyectos y el impulso de iniciativas empresariales.

La relevancia de este tipo de iniciativas cobra aún más sentido si atendemos a los datos que motivan su creación: mientras que aproximadamente el 75% de los estudiantes varones se plantean emprender, solo el 25% de las mujeres da el paso de iniciar un proyecto. Programas como Áurea nacen precisamente para reducir esta brecha, fomentando la confianza, la capacitación y el liderazgo femenino.

Para nosotros, acompañar este proceso desde el jurado ha sido una experiencia enriquecedora y una oportunidad para contribuir activamente al impulso de nuevas generaciones de mujeres emprendedoras. La participación de María Castro Molera en esta iniciativa refleja nuestro compromiso con una sociedad más equitativa, donde el talento y la iniciativa no entienden de género.

Seguiremos apoyando espacios que generen oportunidades reales y que, como el Programa Áurea, transformen el presente y construyan un futuro con más igualdad.



## El Milagrito cruza fronteras en Interclean Ámsterdam 2026

**D**el 14 al 17 de abril de 2026 dimos un paso firme en nuestra estrategia de crecimiento internacional participando en Interclean Amsterdam, la mayor feria mundial dedicada a la limpieza profesional, además de una plataforma internacional inigualable para establecer contactos comerciales en el sector de la limpieza y la higiene. Este encuentro se consolidó, una vez más, como el epicentro global del sector.

Estuvimos presentes con stand propio, un espacio que nos permitió mostrar de primera mano la eficacia y versatilidad de nuestros productos, y especialmente de nuestro desengrasante El Milagrito. Durante cuatro intensas jornadas, conectamos con profesionales, distribuidores y empresas de toda Europa, generando nuevas oportunidades de negocio y reforzando nuestra presencia en el mercado internacional.

En representación de nuestro equipo acudieron Enrique Hoyos Castro, del departamento de internacionalización, junto a José Luis López Roldán y Félix Calvo Cañada, del departamento comercial. Su labor fue clave para trasladar nuestros valores, escuchar las necesidades del mercado y abrir nuevas vías de colaboración.

Interclean Amsterdam no solo nos permitió presentar nuestras soluciones, sino también conocer de cerca las últimas innovaciones en limpieza e higiene, identificar tendencias y compartir experiencias con otros actores del sector. Una plataforma única que nos impulsa a seguir evolucionando.

Nuestra participación en esta feria responde a un objetivo claro: seguir creciendo más allá de nuestras fronteras y acercar El Milagrito a nuevos mercados europeos. Volvemos de Ámsterdam con contactos de alto valor, conversaciones abiertas y, sobre todo,



con la certeza de que estamos en el camino correcto para seguir expandiendo nuestra marca.

Porque cuando el interés se convierte en acción, los resultados empiezan a notarse. Y nosotros ya estamos en marcha.



## Entrevista a a Jose Luis López Roldán, Departamento Comercial

# “Asistir a ferias internacionales nos ayuda a saber introducir nuestro producto en cada mercado”

“La feria que más me ha sorprendido es la de Miami: tienen una cultura muy similar y nuestra botella rosa les encaja muy bien”



Feria de Sevilla en Miami 2025.

Eres la única persona de El Milagrito que has estado presente en todas las ferias internacionales en las que hemos participado desde 2025. ¿Cómo has vivido esta experiencia?

Ha sido una experiencia muy enriquecedora, tanto a nivel laboral como personal. Para mí, es un orgullo representar a El Milagrito y transmitir los valores de la empresa en cada feria internacional.

Participar en estos eventos me ha permitido conocer diferentes mercados, entender mejor las necesidades de los clientes y aprender de otras culturas y formas de trabajo. Además, me ha ayudado a crecer profesionalmente, reforzando mi capacidad de comunicación, adaptación y compromiso con la marca.

¿Qué significa para ti representar a El Milagrito en escenarios internacionales tan diversos?

Para mí, representar a El Milagrito en escenarios internacionales tan diversos significa una gran responsabilidad y también un gran orgullo. Es la oportunidad de mostrar no solo la calidad



Feria Privel en Madrid 2025.



Feria White Label World Expo London en Londres 2025.

de nuestro producto, sino también la esencia, los valores y el esfuerzo que hay detrás de la empresa.

Has estado en ferias en ciudades como Miami, Madrid, Londres o Ámsterdam. ¿Qué diferencias destacarías entre ellas?

He visto diferencias claras entre mercados. Algunos son más rápidos y orientados al cierre, otros más relacionales y de seguimiento, y otros más técnicos y analíticos en la toma de decisiones. Esto me ha ayudado a adaptar la forma de comunicar el producto según el tipo de cliente y su cultura de compra.

¿Cuál de todas las ferias te ha sorprendido más y por qué?

Sin duda, la de Miami. Me sorprendió ver cómo el producto y la marca encajaban tan bien allí, hasta el punto de sentir casi una conexión muy directa con la cultura española en ese contexto internacional. Por momentos parecía que estabas en un entorno muy cercano a Sevilla, pero en pleno Estados Unidos. Esa mezcla de familiaridad y proyección internacional fue lo que más me llamó la atención.

¿Qué aprendizajes clave te llevas después de participar en tantas ferias en tan poco tiempo?

Principalmente, la importancia de adaptar el discurso a cada tipo de cliente y mercado, porque no todos reaccionan igual al producto. También he aprendido a identificar rápidamente oportunidades reales de negocio en un entorno muy dinámico, y a mejorar la capacidad de comunicación y representación de la marca bajo presión. En general, ha sido un aprendizaje muy acelerado en venta, escucha activa y visión comercial.

Desde tu experiencia, ¿Qué aspectos del producto suelen llamar más la atención fuera de España?

Fuera de España suele llamar mucho la atención la identidad del producto, su origen y la historia que hay detrás. También destaca la autenticidad y la diferenciación respecto a productos locales, además de la calidad percibida. En general, lo que más engancha es que es un producto muy ligado a una cultura concreta, pero con un potencial claro de adaptación a otros mercados.

¿Qué expectativas tienes para las próximas ferias o mercados internacionales?

Que sigamos consolidando la presencia del producto en mercados donde ya ha habido interés y seguir abriendo oportunidades en nuevos países.



*Feria Interclean en Amsterdam 2026*



*Feria de Sevilla en Miami 2026.*

## Impulsamos el talento y abrimos nuevas oportunidades en la Feria de Empleo de Acción contra el Hambre

**E**l Milagrito ha participado activamente en la Feria de Empleo organizada por Acción contra el Hambre que tuvo lugar el 15 de abril en la Ciudad del Conocimiento de Dos Hermanas. Un encuentro dinámico y participativo orientado a conectar a personas desempleadas con el tejido empresarial. Esta iniciativa ha reunido a participantes de los programas Vives Emplea Saludable y Escuelas de Empleo Joven de Sevilla y su área metropolitana, con el propósito de generar nuevas oportunidades laborales, potenciar el talento y fortalecer alianzas con empresas comprometidas con el empleo.

Nuestra presencia en la feria ha estado marcada por un doble objetivo: acercar nuestra realidad empresarial a los asistentes y, al mismo tiempo, conocer de primera mano las inquietudes, aspiraciones y capacidades de quienes buscan una oportunidad en el mercado laboral actual. A través de nuestro stand, hemos podido interactuar directamente con los participantes, compartir nuestra experiencia y poner en valor la importancia de apostar por equipos diversos, motivados y en constante evolución.

Uno de los momentos más destacados de la jornada ha sido la participación de nuestra responsable de Recursos Humanos, Rocío Huzón Villar, en la mesa redonda titulada “Nuevos horizontes de empleabilidad”. En este espacio de reflexión y diálogo se abordaron cuestiones clave como las nuevas tendencias del mercado laboral, los retos a los que se enfrentan las empresas y su impacto directo en la empleabilidad, así como la necesidad de adaptar los perfiles profesionales a un entorno en constante cambio.



Durante su intervención, Rocío compartió la visión de El Milagrito sobre la importancia de identificar y desarrollar el talento, fomentar la empleabilidad desde dentro de las organizaciones y construir entornos laborales que impulsen el crecimiento tanto profesional como personal. Su participación contribuyó a enriquecer el debate y a reforzar el papel de las empresas como agentes activos en la generación de oportunidades.

Además, nuestra representación en la feria contó con la participación de Sofía Gil Arellano, del departamento de marketing; Francisco Castro Lemus, del departamento comercial; y Mario Míguez Yerpas, del departamento de Recursos Humanos, quienes desempeñaron un papel fundamental en la atención a los asistentes y en la transmisión de los valores que definen a nuestra compañía.

La Feria de Empleo ha cumplido con creces sus objetivos: analizar los desafíos actuales del mercado laboral, generar espacios de encuentro entre empresas y candidatos, y acercar la realidad profesional a quienes buscan incorporarse a ella. Para El Milagrito, formar parte de este tipo de iniciativas supone una oportunidad para seguir contribuyendo al desarrollo social y económico, apostando por el empleo como motor de cambio y crecimiento.



### FRASE CÉLEBRE DEL MES:

*“Aprende de tus errores y se convertirán en aciertos.”*  
Anónimo