



**CASIC**

Belleza y cuidado, para el bienestar  
de Latinoamérica

# INFORME CASIC

---

Aporte de nuestras  
industrias hacia los ODS

# Proyectos de la Industria Cosmética, Aseo Personal y Cuidado del Hogar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015, son un llamado global para erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y asegurar una vida próspera. Las metas están fijadas para el 2030.



Estos 17 objetivos, interconectados, reconocen que el progreso en un área impacta a otras, y que el desarrollo debe ser equilibrado en términos sociales, económicos y ambientales. Alcanzarlos requiere creatividad, conocimiento, tecnología y colaboración de estados e instituciones a nivel mundial.

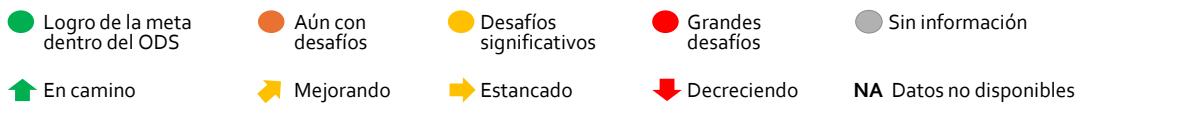


El Objetivo 3 busca garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades y el ODS 5 promueve la igualdad de género.

A continuación, el ranking de cada país de América Latina entre 167 países en general de todos los ODS; y el avance hacia el cumplimiento de algunas de las metas establecidas en el ODS 3 (2/14) y ODS 5 (3/4).

\* Este documento presenta solo una selección de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los que contribuyen las industrias, aunque su trabajo abarca otros ODS adicionales.

# Medición de las metas del ODS 3 y ODS 5 por Naciones Unidas



Fuente: Sustainable Development Report 2024, The SDGs and the UN Summit of the future.

P. Corresponde al puesto del país según medición de todos los ODS.

	P. 47	ARG	P. 90	BOL	P. 52	BRA	P. 32	CHI	P. 74	COL
3 – Esperanza de vida al nacer (años)	75,4	2021	63,6	2021	72,8	2021	78,9	2021	72,8	2021
3 – Bienestar (escala inferior o a 10 superior)	6,4	2023	5,9	2023	6,6	2023	6,2	2023	5,9	2023
5 – Demanda de planificación familiar (% mujeres - 15 a 49 años)	80,3	2019	61,4	2024	89,3	2006	85,1	2024	86,6	2015
5 – Proporción de años de educación mujeres vs hombres (%)	104,9	2022	87,8	2022	105,6	2022	98,3	2022	103,7	2022
5 - Proporción en fuerza laboral mujeres vs hombres (%)	71,5	2023	73,0	2023	72,8	2023	72,8	2023	67,9	2023
5 – Puestos ocupados por mujeres en el parlamento (%)	42,4	2024	46	2024	17,5	2024	35,5	2024	28,9	2024
	P. 59	CRI	P. 75	ECU	P. 87	SVL	P. 128	GUA	P. 80	MEX
3 – Esperanza de vida al nacer (años)	77,0	2021	73,7	2021	70,7	2021	69,2	2021	70,2	2021
3 – Bienestar (escala inferior o a 10 superior)	7,4	2023	5,9	2023	6,5	2023	6,4	2023	7,0	2023
5 – Demanda de planificación familiar (% mujeres - 15 a 49 años)	80,8	2018	82,5	2018	80,0	2014	66,1	2014	83,1	2018
5 – Proporción de años de educación mujeres vs hombres (%)	102,2	2022	98,8	2022	88,8	2022	83,2	2022	97,2	2022
5 - Proporción en fuerza laboral mujeres vs hombres (%)	63,4	2023	68,3	2023	60,3	2023	50,4	2023	60,5	2023
5 – Puestos ocupados por mujeres en el parlamento (%)	47,4	2024	43,1	2024	27,4	2024	19,4	2024	50,4	2024
	P. 84	PAN	P. 91	PAR	P. 64	PER	P. 55	DOM	P. 34	URU
3 – Esperanza de vida al nacer (años)	76,2	2021	70,3	2021	72,4	2021	72,6	2021	75,4	2021
3 – Bienestar (escala inferior o a 10 superior)	6,5	2023	6,2	2023	5,9	2023	5,9	2023	6,7	2023
5 – Demanda de planificación familiar (% mujeres - 15 a 49 años)	65,2	2014	78,9	2016	65,9	2020	77,4	2019	86,6	2024
5 – Proporción de años de educación mujeres vs hombres (%)	105,2	2022	99,9	2022	89,2	2022	109,5	2022	106,7	2022
5 - Proporción en fuerza laboral mujeres vs hombres (%)	65,9	2023	72,2	2023	82,9	2023	68,0	2023	77,0	2023
5 – Puestos ocupados por mujeres en el parlamento (%)	22,5	2024	23,8	2024	38,5	2024	27,9	2024	25,3	2024



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°3

■ ■ BASF

## Programa de Bien Estar

BASF / ADC

La ADC, organización sin fines de lucro, opera en Brasil desde 1970, promoviendo actividades socioculturales y deportivas. En 2020, fundamos el área de Bienestar para Sudamérica. Hasta hoy, ambas promueven el cuidado de los empleados y los entornos saludables.

**Desafío abordado:** Mantener el bienestar del personal, promoviendo al mismo tiempo un entorno de trabajo saludable para que las personas y la organización puedan prosperar.

**Solución:** Promovemos el bienestar individual a través de hábitos saludables, autoconocimiento, sensibilización y psicoeducación, así como actividades para promover el bienestar. Ofrecemos acceso a canales de apoyo psicológico, social, financiero, jurídico y sanitario.

Promovemos infraestructuras que fomentan la conexión, la colaboración y la celebración, políticas de calidad de vida, directrices y formación para fomentar un entorno psicológicamente seguro para todos, gestionando los riesgos psicosociales en el trabajo.

86,5

Mi participación en los programas y actividades

240

Mil actividades de bienestar individuales y para equipos

ODS N°3

**kenvue**

## Campaña Diciembre Naranja

KENVUE

En 2024, Neutrogena®, Neostrata® Minesol® y Sundown® patrocinaron la campaña Diciembre Naranja promovida por la Sociedad Brasileña de Dermatología (SBD). Proyecto terminado.



DEZEMBRO  
LARANJA  
CAMPAÑA DO  
CÂNCER DE PELE  
SOCIEDADE BRASILEIRA DE DERMATOLOGIA

Neutrogena®

NEOSTRATA®

MINESOL®

SUNDOWN®

[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El cáncer de piel no melanoma es el tipo de cáncer más prevalente en Brasil y a nivel mundial, y representa aproximadamente el 30% de todos los diagnósticos de cáncer.

Si bien esta enfermedad puede provocar la muerte, es altamente curable cuando se detecta a tiempo. Uno de los principales factores de riesgo para desarrollar cáncer de piel es la exposición excesiva a los rayos ultravioleta (UV), una preocupación que se vuelve aún más apremiante con la llegada de la temporada de verano.

Para abordar esta cuestión crítica, las iniciativas de concientización pública son esenciales. Aquí es donde entra en juego la Campaña Naranja de Diciembre, cuyo objetivo es concienciar al público sobre el cáncer de piel y resaltar la importancia de consultar a un dermatólogo para determinar las mejores medidas de protección para su piel. Al comprender la importancia de la protección solar como una forma de promover la salud humana, las marcas solares de Kenvue - Neutrogena®, Neostrata® Minesol® y Sundown® - se unieron para patrocinar esta importante campaña.

Además de las actividades de sensibilización, la campaña también ofrece servicios dermatológicos para el diagnóstico precoz y el tratamiento de casos de cáncer de piel.

**Solución:** La campaña contó con más de 100 estaciones de servicio repartidas por todo Brasil y alrededor de 3.500 dermatólogos y voluntarios trabajando para atender a la población.

# 3.500

Dermatólogos y voluntarios

ODS N°3

L'ORÉAL  
GROUPE

## Brave Together

L'ORÉAL GROUP – Maybelline NY

Una iniciativa mundial para abordar la ansiedad y la depresión que ofrece instrumentos de ayuda en colaboración con una comunidad de expertos en salud mental.



**Desafío abordado:** 1 de cada 3 mujeres padece ansiedad o depresión en su vida. Más del 65% de las personas con un trastorno mental conocido nunca busca ayuda profesional debido al estigma generalizado.

### Solución

- Maybelline Brave Together es para las personas aquejadas de ansiedad y depresión y las que quieren ayudar.
- Dedicados a ayudar a desestigmatizar la ansiedad y la depresión y ofrecer soporte individualizado gratis.
- Comprometidos con recaudar 10M\$ y apoyar 1 millón de conversaciones en 5 años.

Promovemos el autocuidado a través del asesoramiento de profesionales, brindando recursos en colaboración con expertos y una comunidad de apoyo. Facilitamos la detección de señales de ansiedad y depresión, además de ofrecer diversos modelos para abordar estas conversaciones de manera efectiva.

# 1:1

Apoyo  
uno a uno

A más de  
**48.800**

mujeres

ODS N°3

L'ORÉAL  
GROUP

## Salva tu piel

**L'ORÉAL GROUPE – La Roche Posay**

Desde hace más de una década, La Roche-Posay realiza la campaña Salva Tu Piel, una iniciativa de chequeo gratuito de lunares con dermatólogos para prevenir el cáncer de piel a través del diagnóstico precoz, la concientización sobre la consulta dermatológica al menos una vez al año y el uso diario de protector solar.

Por medio de la promoción de estos tres importantes pasos:

- **Revisar tus lunares:** Conoce tus lunares y aprende a identificar una posible lesión sospechosa.
- **Cúidate y cuida a tus seres queridos:** Consulta con un dermatólogo.
- **Protege tu piel del sol:** Utiliza protector solar todos los días del año.

Ponemos a disposición del público recursos como: charlas de fotoeducación para aprender a cuidarte del sol, métodos de auto – examinación de la piel en los diferentes puntos del cuerpo.

#**SALVATUPIEL**  
LA PROTECCIÓN SOLAR ES  
UNA CUESTIÓN DE SALUD PÚBLICA

[MÁS INFORMACIÓN](#)

En LATAM, más de

**233.000**

beneficiarios



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°3 y 8

natura 

**IP&L**  
**NATURA & CO**

Natura cree que la longevidad y el valor de una empresa están directamente relacionados con su capacidad de contribuir al desarrollo sostenible de su entorno y, para ello, es necesario

conocer y medir también sus impactos naturales, sociales y humanos, además del desempeño financiero. Así, después de una década innovando junto a socios como Capitals Coalition y Valuing Impact, en 2022 implementamos, de manera pionera, el Integrated Profit and Loss (iP&L).

**Ambición y Meta:** Nuestro objetivo, firmado como parte del Compromiso con la Vida, es generar impacto positivo neto cuatro veces mayor que nuestro resultado de ingresos hasta 2030. Hoy generamos resultados positivos en los Capitales Social y Humano, que compensan un resultado aún negativo en el Capital Natural. Para alcanzar la meta de ser una empresa regenerativa, deberemos obtener saldos positivos en cada uno de nuestros capitales individualmente

### Resultados Generales y Estrategias:

IP&L es una herramienta de gestión integrada permite contabilizar en valores monetarios, además de los resultados financieros, el impacto de nuestra actuación empresarial en las dimensiones natural, social y humana. Los resultados consideran diversos frentes de actuación de la empresa, como transición climática, circularidad de residuos, regeneración y conservación de biomas y la generación de ingresos para la red, así como sus impactos en salud, siempre alineados a la promoción de bienestar.

En 2024, por cada R\$1  
en ingresos obtenidos

**R\$2,5**

Fueron generados en  
impacto socioambiental  
positivo

**Innovación central:** La metodología impulsa acciones transversales de regeneración de la vida que se transforman en parte del negocio.

ODS N°5

**BASF**

### Empowered Women

**BASF y Handler**

Proyecto desarrollado en Santa Marta, Colombia, ejecutado del 2022 al 2025, ya finalizado.

**Desafío abordado:** Buscamos generar impacto social de largo plazo para un grupo de mujeres desplazadas por la violencia, en Santa Marta, quienes se enfrentan a grandes obstáculos como la falta de oportunidades y recursos; que limitan sus posibilidades de desarrollo personal y económico y el de sus familias.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

## 5 IGUALDAD DE GÉNERO

Al mismo tiempo contribuir al crecimiento de las soluciones sostenibles de BASF destinadas a atender los segmentos de mercado de cuidado del hogar e institucional. En resumen, generar un impacto positivo en la sociedad, la organización y el ambiente.

**Solución:** A través de este proyecto de valor compartido en colaboración con diversos actores (incluidos clientes y academia), empoderamos a las mujeres, invirtiendo en el desarrollo de capacidades para liderar la construcción de su emprendimiento sostenible, incluyendo la formulación y diseño de productos, entrega de materias primas, y formación y acompañamiento en habilidades blandas, finanzas, marketing, técnico y ventas. Logrando así en 2023 la formalización de la Asociación de Mujeres Empoderadas, el desarrollo de la marca EVA, y la co-creación, producción y comercialización del portafolio de productos de limpieza institucional formulados con insumos sostenibles de BASF, dirigidos en su primera fase al mercado institucional en el departamento del Magdalena.

6

Mujeres empoderadas

8

Soluciones de limpieza con atributos de sostenibilidad

Formalización Asociación de mujeres empoderadas – Marca EVA



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°5



## Mujeres en la ciencia

**Creando un futuro con pasión, curiosidad y conocimiento - BELCORP**

En Belcorp, las mujeres participan activamente en la ciencia dentro de la industria de la belleza, aportando con su talento y liderando el desarrollo de innovaciones.

**Desafío abordado:** La baja representación de mujeres en áreas científicas sigue siendo un desafío global.

Para afrontarlo, es clave visibilizar el talento femenino y fomentar su participación en más espacios. En Belcorp, creemos en la igualdad de oportunidades para el desarrollo del talento. Prueba de ello es que el 70% de nuestro equipo es femenino, el 73% de las posiciones de liderazgo son ocupadas por mujeres y el 72% del equipo científico también lo es, reafirmando nuestro compromiso con el empoderamiento femenino.

Esto se alinea con el ODS 5 (Igualdad de Género), ya que impulsar la participación de mujeres en la ciencia no solo abre oportunidades equitativas, sino que también fortalece la innovación en sectores como la cosmética. Contar con referentes femeninos es esencial para inspirar a futuras generaciones, promover el liderazgo femenino y reducir brechas de género en STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

**Solución:** Belcorp impulsa la participación femenina en la ciencia, destacando el talento de sus colaboradoras en la formulación de productos de belleza. A través de su testimonio, María Fernanda Noy, colaboradora Belcorp, inspira a nuevas generaciones, demostrando cómo la química puede transformar la industria. Este enfoque refuerza la presencia de mujeres en STEM y promueve un entorno inclusivo donde la innovación y el empoderamiento femenino generan un impacto positivo en la sociedad.

# 70%

Del equipo BELCORP está conformado por mujeres

# 73%

De las posiciones de liderazgo son ocupadas por mujeres

# 72%

Del equipo científico está conformado por mujeres

ODS N°5



L'BEL ésika CYZONE<sup>®</sup>

## Mujeres Sin Límites, de Fundación BELCORP

BELCORP

**Ubicación y cronograma:** Mujeres Sin Límites es un programa gratuito, enfocado en promover el crecimiento rentable y sostenible de emprendimientos liderados por mujeres. Actualmente, se desarrolla en 7 países<sup>1</sup>.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** La inequidad de género sigue siendo un desafío en América Latina. En el caso de las mujeres emprendedoras, estas enfrentan obstáculos como el difícil acceso a financiamiento, capacitaciones en gestión, redes de apoyo y digitalización, sumados a barreras de autoestima y autoconfianza. A ello se añade la carga desproporcionada de tareas de cuidado y labores domésticas no remuneradas, que restringen tiempo y energía que podrían dedicar a construir negocios sostenibles.

**Solución:** Mujeres Sin Límites, un programa dirigido a mujeres emprendedoras para impulsar su empoderamiento y lograr que gestionen negocios sostenibles y competitivos. Busca superar las barreras que enfrentan las emprendedoras, ofreciendo formación integral en habilidades empresariales y socioemocionales. Combina tres etapas complementarias:

- Fase Fundamental:** Busca cerrar brechas de conocimiento en gestión de negocios, finanzas, marketing y habilidades socioemocionales;
- Fase Consolidación:** Promueve el liderazgo, redes, ampliación de mercados y mentorías personalizadas;
- Comunidad de emprendedoras:** Espacio donde las graduadas del programa continúan su desarrollo a través de oportunidades de aprendizaje y redes de apoyo.

**12 mil**

Mujeres beneficiadas en 7 países de la región

**+80%**

De los participantes reportan mejoras en sus ingresos<sup>2</sup>

**94%**

Reporta mejoras en su autoconfianza<sup>2</sup>

<sup>1</sup> La marca Fundación Belcorp opera sus programas en colaboración con las empresas del grupo Belcorp.

<sup>2</sup> Fuente: Estudio 60 Decibels (2024). Muestra representativa de participantes, seleccionadas aleatoriamente entre las graduadas.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°5

## Colmenas de oportunidades

**GENOMMA LAB INTERNACIONAL  
UBEES**



### Ubicación y cronograma

- Antioquia, Colombia.
- Evento realizado en noviembre de 2024
- Sigue operando.

**Desafío abordado:** El proyecto "Colmenas de Oportunidades" de Genomma Lab aborda la problemática de la falta de oportunidades económicas y de desarrollo para mujeres en la región de Antioquia, Colombia. Muchas de ellas enfrentan dificultades para acceder a empleo estable o emprender debido a barreras económicas y educativas. A través de la capacitación en apicultura, este programa no solo les brinda conocimientos técnicos y herramientas para generar ingresos, sino que también promueve la independencia financiera y el empoderamiento femenino, fomentando un impacto positivo en sus comunidades y en la preservación del medioambiente.

**Solución:** Colmenas de oportunidades tiene como fin capacitar a mujeres de la región de Antioquia, Colombia, este busca brindar nuevas oportunidades de desarrollo y les ayudará a emprender en el sector de la apicultura.

**12**

Mujeres capacitadas

**11**

Niños(as) participando en el evento

ODS N°5

## Premio “Para las Mujeres en la Ciencia”

FUNDACIÓN L’ORÉAL X UNESCO

Desde hace más de 25 años , la Fundación L'Oréal y la UNESCO han trabajado juntas para promover y empoderar a las mujeres en la ciencia a través del programa “For Women in Science”.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** Aunque en los últimos años el número de mujeres científicas ha aumentado, la estadística sigue reflejando que no existe equidad de género en la ciencia. En la actualidad, solo el 33% de los investigadores del mundo son mujeres, y de ellas, solo el 14% ocupa roles académicos senior en Europa. A pesar de ser cifras relevantes, siguen siendo muy pocas las mujeres que se dedican a la ciencia y su representación en el sector sigue siendo muy baja.

**Solución:** En L'Oréal pensamos que la solución a la falta de representatividad de mujeres en la ciencia empieza por proporcionar un acceso equitativo al conocimiento, redes, fondos y puestos directivos para la producción científica de alto impacto. De esta forma, las mujeres del futuro contarán con mayores oportunidades para desarrollarse en este sector al mismo nivel que sus compañeros.

Más de

**500**

Científicas latinas han sido reconocidas al 2024

L’ORÉAL  
FUND FOR WOMEN

[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°5

## Fondo para las Mujeres

L’ORÉAL GROUPE

El Fondo L'Oréal para las Mujeres se dirige específicamente a las mujeres más vulnerables, con dos objetivos principales: ayudar a las mujeres a salir de la pobreza y ayudar a las mujeres víctimas de violencia de género y sexual.

**Desafío abordado:** Las mujeres de todo el mundo siguen viéndose afectadas de manera desproporcionada por las crisis sociales y económicas generadas por los retos globales actuales.

En todo el mundo, casi una de cada tres mujeres —unas 736 millones— ha sido víctima de violencia física y/o sexual al menos una vez. Esta alarmante cifra, que no incluye el acoso sexual, pone de relieve la magnitud de la violencia contra las mujeres y las niñas en todo el mundo (ONU Mujeres, 2024). Sin embargo, solo el 4 % de los programas de ayuda internacional bilateral tienen como objetivo principal apoyar a las mujeres (OCDE, 2022). Debemos apoyar a las mujeres para construir un futuro sostenible, justo e inclusivo.

**Solución:** Desde su creación, se ha prestado apoyo a más de 530 organizaciones en 90 países, lo que ha permitido ayudar directamente a más de 4 800 000 mujeres y niñas. Tras tres años iniciales de funcionamiento (2020-2023), el Fondo para las Mujeres se ha renovado por otros tres años (2023-2026) con un presupuesto de 30 millones de euros, con el fin de seguir persiguiendo nuestro objetivo de abordar los retos sociales de nuestro mundo.

**+530**

Organizaciones  
apoyadas

**90**

Países

**4.800.000**

Mujeres beneficiadas  
desde 2020

ODS N°5

L'ORÉAL  
GROUPE

### Stand Up Contra el Acoso Callejero

L'ORÉAL GROUPE – L'ORÉAL PARIS

“Stand Up” es un programa de la icónica marca de L'Oréal Groupe, L'Oréal Paris, el cual brinda formación digital y presencial sobre cómo intervenir de manera segura ante este el acoso callejero.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El 80% de las mujeres ha sufrido acoso en espacios públicos.

**Solución:** No saber qué constituye acoso callejero y qué hacer, limita nuestra capacidad de actuar, afectando así la autoestima de hombres y mujeres que sufren acoso callejero.

Por ello, L'Oréal Paris y la ONG Right To Be han unido sus fuerzas para proteger la autoestima de mujeres y hombres, creando un conjunto de herramientas de eficacia probada para ayudar a las personas a intervenir con seguridad cuando son víctimas o testigos de acoso en espacios públicos. El objetivo del programa Stand Up Contra el Acoso Callejero es concienciar sobre este problema infravalorado y formar a las personas sobre cómo reaccionar cuando se enfrentan a él.

ODS N°5

L'ORÉAL  
GROUPE

### Belleza por un Futuro

#### L'ORÉAL GROUPE

El programa de Belleza por un futuro forma parte del compromiso del Grupo sobre inclusión y desarrollo social de las mujeres, que dio inicio en LATAM hace más de 10 años. Éste ofrece capacitación profesional y gratuita en belleza y estilismo para mujeres en situación vulnerable.

En LATAM

**240.000**

Personas capacitadas al  
2024



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El programa "L'Oréal Belleza por un Futuro" aborda desafíos socioeconómicos fundamentales, centrándose en la vulnerabilidad y la falta de oportunidades de empleo, especialmente para las mujeres.

**Solución:** La iniciativa tiene como principal objetivo apoyar a mujeres a reintegrarse en el espacio laboral, impulsando su independencia económica para favorecer positivamente al desarrollo personal y al de sus familias. La capacitación frente al panorama laboral y las herramientas que brinda este programa les permite mantener un equilibrio psicoemocional, aumentando las oportunidades de empleabilidad para miles de mujeres.

Las fundaciones aliadas con las que desarrolla el programa realizan un seguimiento puntual de las egresadas durante dos años posteriores, acompañándolas durante su proceso de inserción a la vida laboral y revelando que el 58% de las mujeres graduadas tienen independencia económica, cuentan con ingresos y gracias a las herramientas otorgadas durante el ciclo han logrado erradicar de sus vidas los círculos de violencia.

En LATAM

**12.023**

Mujeres beneficiadas al 2024


[MÁS INFORMACIÓN](#)

## Estrategia de Desarrollo Humano para nuestra red de consultoras de belleza

### NATURA & CO

Para medir el impacto de las acciones en torno a esta estrategia, evaluamos cada dos años el Índice de Desarrollo Humano de la Consultora de Belleza (IDH-CB), cuya última aplicación en 2024. La Venta por Relaciones es el eje central del modelo de negocio de Natura, impulsando la prosperidad, el desarrollo y la autonomía de 3.1 millones de Consultoras en Latinoamérica

**Ambición y Meta:** Aumentar el IDH de las Consultoras un 10% para 2030 y asegurar ingresos dignos para el 100% de la red profesional para 2050

**Resultados Generales y Estrategias:** Para medir el impacto de estas acciones, evaluamos cada dos años el Índice de Desarrollo Humano de la Consultora de Belleza (IDH-CB), cuya última aplicación se realizó en 2024 ha mostrado un crecimiento histórico vs 2022: 8.9% en Hispanoamérica y 3.3% en Brasil

**Innovación central:** La Venta por Relaciones es el eje central del modelo de negocio de Natura, impulsando la prosperidad, el desarrollo y la autonomía de 3.1 millones de Consultoras en Latinoamérica.

Nuestra estrategia de Desarrollo Humano busca asegurar ingresos dignos y crecimiento personal y profesional, mediante servicios gratuitos de telemedicina, apoyo psicológico, salud financiera, digitalización, ciudadanía y canales de acompañamiento en violencia de género y salud mamaria

Cierre en 2024

**+8,9%**

LATAM vs 2022. Meta 2030: +10%

ODS N°5



## Finanzas Personales

### Motor para Crecimiento Económico

#### PROCOSMÉTICOS - MPCEIP

Procosméticos, junto con el Ministerio de Producción, el BID, BanEcuador y la Universidad UDLA promueve una herramienta de fortalecimiento empresarial que tiene por objeto asegurar la salud financiera y el conocimiento de buenas prácticas en temas financieros y crediticios. Duración 8 semanas. ONLINE


[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** Las mujeres suelen enfrentar barreras económicas y sociales que limitan su acceso a recursos financieros, educación y toma de decisiones económicas, lo que reduce su capacidad para generar ingresos y gestionar sus finanzas. La falta de información y confianza financiera perpetúa estas desigualdades. El programa está dirigido a hombres y mujeres, y destaca una mayor participación y finalización femenina.

**Solución:** Educación financiera. Programa de Formación para el Desarrollo Productivo

**Impacto Esperado:** El programa contribuye a reducir la desigualdad de género en el ámbito económico y apoya directamente los ODS 5, 8 y 10, al empoderar a mujeres con herramientas para su independencia financiera. Esto fortalece la autonomía de mujeres emprendedoras en sectores como peluquerías, spas, cabinas de belleza, distribuidoras y pañaleras, mejorando su calidad de vida y su participación en decisiones familiares, empresariales y comunitarias. Al graduarse, reciben un crédito de \$5.000 USD para fortalecer o iniciar sus emprendimientos en los sectores representados por Procosméticos.

**+500**

Personas capacitadas

**78%**

De los participantes son mujeres

**85%**

De los participantes han culminado con éxito

**Capacitación:**

Habilidades digitales para potenciar los negocios de venta directa

Mejora la calidad de la atención al cliente y eleva tus ventas.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°5



## Programa Herramientas digitales

**UTPL – PROCOSMÉTICOS - AEVD**

Programa gratuito impulsado por la UTPL, Procosméticos y la AEVD, diseñado para enseñar herramientas digitales que fortalezcan la productividad de negocios y emprendimientos. Se desarrolla durante cinco sábados y entrega un diplomado en Transformación Digital a quienes lo finalizan.

**Desafío abordado:** Muchas mujeres enfrentan barreras para acceder a formación en tecnología, lo que limita su autonomía económica, liderazgo y participación en sectores innovadores. Esta situación se agrava en zonas rurales o de bajos recursos, donde el acceso a tecnología y educación digital es aún más limitado. La falta de habilidades digitales reduce sus oportunidades laborales y de negocio, perpetuando la desigualdad de género.

**Solución:** El programa sobre “Herramientas Digitales para Potenciar tu Negocio” aborda estos desafíos al ofrecer un espacio de aprendizaje gratuito y accesible, con el objetivo de empoderar tanto a hombres como a mujeres con las habilidades necesarias para mejorar su productividad personal y profesional mediante el uso de herramientas digitales. Reciben capacitación en IA, manejo de CRM's para clientes, Manejo de inventarios, ciberseguridad, marketing digital, entre otros. Se han graduado ya 500 personas y reciben certificado de la Universidad.

**+500**

Personas capacitadas

**70%**

De los participantes son mujeres

**90%**

De los participantes han culminado con éxito

ODS N°5



## Manual Jurídico – Normativo de igualdad de Género

**PRO COSMÉTICOS**

MANUAL DE  
IGUALDAD  
DE GÉNERO



[MÁS INFORMACIÓN](#)

## 5 IGUALDAD DE GÉNERO

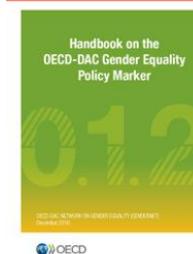
La legislación ecuatoriana ha establecido normas en favor de los derechos de las mujeres, la inclusión y la diversidad. En este contexto, Procosméticos participa en una mesa de trabajo intersectorial para desarrollar el primer manual sobre normativas en género, inclusión y diversidad. Este manual sirve como guía para que las empresas adopten buenas prácticas, se capaciten, implementen lenguaje inclusivo y cumplan con las obligaciones legales vigentes.

**Desafío abordado:** Las entidades públicas y privadas deben cumplir con normativas como el Acuerdo Ministerial No. MDT-2020-244, que exige protocolos para prevenir el acoso, la discriminación y la violencia contra la mujer. Gracias al Manual de género, inclusión y diversidad, ahora las organizaciones conocen cómo implementar estos protocolos y otras normativas relacionadas, promoviendo entornos más inclusivos y seguros.

**Solución:** Consiste en contar con un manual conocido por todos los colaboradores, aliados estratégicos y proveedores, acompañado de procesos de capacitación sobre inclusión, diversidad e igualdad de género en todas sus dimensiones. También implica el cumplimiento de normativas como la Ley de Prevención del Acoso Laboral, la Ley Violeta, entre otras. Este manual debe respaldar los procesos de selección de personal, incorporando políticas que reduzcan brechas y sesgos de género, discriminación y exclusión. Asimismo, se destacan los KPIs con enfoque de género como herramientas esenciales para evaluar y mejorar el impacto de las políticas de igualdad, ya que permiten monitorear el cumplimiento legal y fomentar un entorno inclusivo y justo que beneficia tanto a los empleados como a la organización.



7. Buenas Prácticas



<http://www.fundacionmujeres.es/i.pdf>

## Proyectos de la Industria Cosmética, Aseo Personal y Cuidado del Hogar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS



# Proyectos de la Industria Cosmética, Aseo Personal y Cuidado del Hogar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015, son un llamado global para erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y asegurar una vida próspera. Las metas están fijadas para el 2030.



Estos 17 objetivos, interconectados, reconocen que el progreso en un área impacta a otras, y que el desarrollo debe ser equilibrado en términos sociales, económicos y ambientales. Alcanzarlos requiere creatividad, conocimiento, tecnología y colaboración de estados e instituciones a nivel mundial.

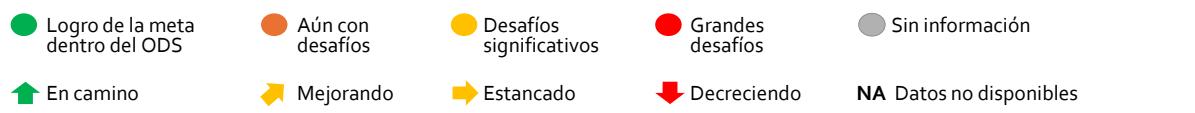


El Objetivo 12 pretende garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, algo fundamental para sostener los medios de subsistencia de las generaciones actuales y futuras.

A continuación, el ranking de cada país de América Latina entre 167 países en general de todos los ODS; y el avance hacia el cumplimiento de las metas establecidas en el ODS 12.

\* Este documento presenta solo una selección de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los que contribuyen las industrias, aunque su trabajo abarca otros ODS adicionales.

# Medición de las metas del ODS 12 por Naciones Unidas



Fuente: Sustainable Development Report 2024, The SDGs and the UN Summit of the Future.

P. Corresponde al puesto del país según medición de todos los ODS.

	P. 47	ARG	P. 90	BOL	P. 52	BRA	P. 32	CHI	P. 74	COL
Residuos sólidos municipales (kg/cápita/día)	1,2	2014	0,6	2015	1,0	2018	1,2	2018	NA	NA
Residuos electrónicos (kg/cápita)	10,3	2019	3,6	2019	10,2	2019	9,9	2019	6,3	2019
Contaminación del aire basada en la producción (AVAD)	1,5	2024	17,7	2024	1,2	2024	7,8	2024	0,6	2024
Contaminación del aire asociada a las importaciones (AVAD)	1,5	2024	0,8	2024	1,4	2024	5,4	2024	2,0	2024
Emissions de nitrógeno basadas en la producción (kg/cápita)	57,9	2024	43,9	2024	55,7	2024	38,6	2024	28,7	2024
Emissions de nitrógeno asociadas a las importaciones (kg/cápita)	4	2024	2,6	2024	4,0	2024	21,4	2024	6,2	2024
Exportaciones de residuos plásticos (kg/cápita)	0,2	2017	0,1	2022	0,0	2023	0,5	2023	0,1	2022

	P. 59	CRI	P. 75	ECO	P. 87	SVL	P. 128	GUA	P. 80	MEX
Residuos sólidos municipales (kg/cápita/día)	0,8	2021	0,9	2015	0,7	2010	0,5	2015	NA	NA
Residuos electrónicos (kg/cápita)	10	2019	5,7	2019	5,5	2019	4,3	2019	9,7	2019
Contaminación del aire basada en la producción (AVAD)	0,8	2024	1,0	2024	0,6	2024	0,7	2024	1,1	2024
Contaminación del aire asociada a las importaciones (AVAD)	2,7	2024	1,3	2024	2,3	2024	1,5	2024	2,3	2024
Emissions de nitrógeno basadas en la producción (kg/cápita)	36,9	2024	34,3	2024	14,7	2024	24,0	2024	27,4	2024
Emissions de nitrógeno asociadas a las importaciones (kg/cápita)	11,6	2024	4,0	2024	16,5	2024	6,2	2024	8,9	2024
Exportaciones de residuos plásticos (kg/cápita)	2,2	2022	0,2	2022	1,5	2022	0,5	2023	NA	NA

	P. 84	PAN	P. 91	PAR	P. 64	PER	P. 55	DOM	P. 34	URU
Residuos sólidos municipales (kg/cápita/día)	1,0	2015	0,7	2015	0,8	2014	1,1	2015	1,0	2015
Residuos electrónicos (kg/cápita)	9,4	2019	7,1	2019	6,3	2019	6,4	2019	10,6	2019
Contaminación del aire basada en la producción (AVAD)	1,1	2024	0,9	2024	0,5	2024	1,4	2024	2,8	2024
Contaminación del aire asociada a las importaciones (AVAD)	13,4	2024	2,0	2024	1,9	2024	1,9	2024	2,5	2024
Emissions de nitrógeno basadas en la producción (kg/cápita)	25,6	2024	62,6	2024	17,3	2024	38,0	2024	102,8	2024
Emissions de nitrógeno asociadas a las importaciones (kg/cápita)	149,2	2024	8,7	2024	7,5	2024	11,7	2024	8,9	2024
Exportaciones de residuos plásticos (kg/cápita)	1,0	2023	0,1	2023	0,0	2022	1,7	2023	0,3	2023



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°12 Y 10

## Programa MÃos Pro Futuro (en curso)

ABIHPEC | ÓRGANO GESTOR DEL PROGRAMA

El Programa opera en todo el territorio nacional, promoviendo soluciones de logística inversa y reciclaje de envases posconsumo y fortaleciendo la economía circular.

MÃos Pro Futuro opera a nivel nacional, fortaleciendo las cooperativas de recicladores y promoviendo la inclusión socioeconómica, ayudando a reducir las desigualdades regionales y ampliando las oportunidades para las poblaciones vulnerables.

**Desafío abordado:** El consumo inconsciente y la producción lineal, que generan enormes volúmenes de residuos, son grandes retos en los que trabajar. La sociedad se enfrenta a un sistema en el que los productos se extraen, utilizan y eliminan rápidamente, sobrecargando los vertederos y contaminando el medio ambiente. La falta de infraestructura y conocimiento sobre cómo gestionar estos residuos de forma circular agrava el problema, dificultando la reintegración de materiales a la cadena productiva y el uso eficiente de los recursos naturales. La desigualdad social en Brasil afecta directamente a los recolectores de materiales reciclables, que en muchos casos trabajan sin reconocimiento, en condiciones precarias y con ingresos insuficientes.

**Solución:** El Programa actúa directamente sobre este reto, promoviendo la economía circular. No solo fomenta la recolección y el reciclaje, sino que también educa a la población sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar. Al estructurar las cooperativas de recicladores y conectar la cadena de valor, el programa permite que los materiales reciclables se reintegren a la industria. De esta forma, transforma los residuos en materia prima, reduciendo la necesidad de extraer nuevos recursos y contribuyendo a un consumo y una producción más sostenibles. MÃos Pro Futuro contribuye a la reducción de las desigualdades al estructurar la logística inversa de los envases con la inclusión productiva de los recicladores en las cooperativas de Brasil.

**+200mil**

Toneladas de reciclables recuperados en 2024

**199**

Cooperativas apoyadas por el programa (2024)

**+1.3 millón**

Toneladas de envases recuperados (desde 2013)

**R\$1.705**

Ingresos mensuales medios\* de los recicladores asociados (2024)

\*El salario mínimo nacional en 2024 fue de R\$ 1.412,00

ODS N°12

**ALPLA**

## Vida Circular A.C

**ALPLA**

Vida Circular es una iniciativa de Alpla que inicio en el 2021 con la finalidad de promover la economía circular a través de hábitos de consumo responsable en la sociedad y dar a conocer ejemplos de producción responsable que hoy tiene la industria.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** Hoy en día nos enfrentamos a un modelo de producción y consumo que pone en peligro nuestro desarrollo futuro y nuestra supervivencia, por ello es indispensable conseguir una gestión eficiente de los recursos naturales. Para lograrlo, debemos sumar esfuerzos de la industria y de la sociedad, impulsar los estilos de vida sostenibles entre toda la población, conseguir que el sector privado actúe bajo criterios de sostenibilidad. Dar a conocer estos cambios de hábitos que la población puede realizar y las innovaciones en sustentabilidad y economía circular que las empresas están haciendo para construir una cultura ligada al desarrollo sostenible es nuestro desafío. La sociedad requiere de plataformas de comunicación que les permita conocer más sobre estos temas para poder tomar acción al respecto.

**Solución:** Con la misión de dar a conocer la economía circular para trascender a un mundo más sostenible, nace VIDA CIRCULAR, una plataforma de interacción entre especialistas, industria y sociedad que genera espacios para el intercambio de ideas, perspectivas y contribuciones.

[MÁS INFORMACIÓN](#)**250K**Seguidores en  
nuestras  
plataformas**100K**Visitas a nuestro  
sitio web para  
buscar información

ODS N°12

**BASF**

## Pragati – primer programa sostenible de ricino del mundo

**BASF / ARKEMA, JAYANT AGRO AND SOLIDARIDAD**

El proyecto Pragati se implementó en Gujarat, India, y ha estado en curso desde 2016. Actualmente está en su tercera fase (2023-2026) y continuará en el futuro.

**Desafío abordado:** El cultivo de aceite de ricino enfrenta varios problemas significativos. En términos de riesgos sociales, hay diversas cuestiones laborales como el pago, los beneficios y las condiciones de trabajo.

Los riesgos para la salud incluyen las condiciones laborales de los trabajadores de campo y el riesgo de toxicidad de las semillas de ricino, además del acceso limitado a la atención médica. Los riesgos de seguridad abarcan el trabajo manual (arar, cosechar, descascarar), la falta de equipos de protección personal y el conocimiento limitado sobre el uso seguro y adecuado de fertilizantes y productos de protección de cultivos. En cuanto a los riesgos ambientales, hay un conocimiento limitado sobre las mejores prácticas agrícolas, la protección del suelo y la rotación de cultivos.

**Solución:** El proyecto Pragati es una iniciativa pionera en la sostenibilidad de la agricultura de ricino en Gujarat, India; siendo el primer programa de certificación de aceite de ricino sostenible del mundo. La innovación central radica en la adopción del código de sostenibilidad SuCCESS®, que garantiza prácticas agrícolas responsables y la producción de aceite de ricino sostenible. Se enfoca en aumentar los rendimientos y los ingresos de los agricultores mediante buenas prácticas agrícolas, promoviendo una gestión eficiente del agua y manteniendo la fertilidad del suelo. La participación activa de las mujeres en la agricultura sostenible es otro aspecto destacado, mejorando la equidad de género en la comunidad agrícola. La producción final de aceite de ricino sostenible está garantizada a través del cultivo de semillas certificadas y prácticas agrícolas responsables.

**>8.000**

Agricultores certificados

**>9.000**

Hectáreas de tierras semiáridas cultivadas según el código de sostenibilidad SuCCESS

**<700**

Agricultores líderes capacitados para proporcionar liderazgo

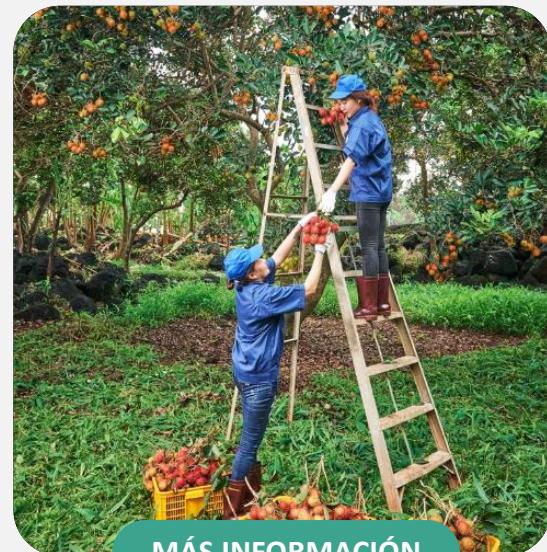
ODS N°12

 • BASF

### The Rambutan Program

BASF / ONGs locales

El Programa se implementó en la provincia de Dong Nai, en el sureste de Vietnam. El proyecto comenzó en 2014 y sigue en curso. En 2017, los jardines recibieron la certificación orgánica, convirtiéndose en los primeros de su tipo en Vietnam.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El desafío de sostenibilidad que se aborda aquí se centra en la gestión eficiente de los recursos naturales y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles.

En muchas regiones, los recursos naturales se desperdician debido a la falta de métodos adecuados para aprovecharlos completamente. Además, las prácticas agrícolas no sostenibles pueden llevar a la degradación del suelo, la pérdida de biodiversidad y la disminución de la productividad a largo plazo.

**Solución:** El Programa Rambutan de BASF se centra en la producción sostenible de bioactivos a partir del árbol de rambután (*Nephelium lappaceum*). La innovación central radica en la utilización completa del árbol, aprovechando no solo los frutos, sino también la cáscara, las hojas y las semillas para productos cosméticos. Este enfoque asegura que ninguna parte del árbol se desperdicie, lo que maximiza las fuentes de ingresos para los agricultores locales. Además, BASF trabaja en estrecha colaboración con socios en Vietnam, manteniendo jardines de rambután orgánicamente certificados, lo que garantiza prácticas agrícolas sostenibles y un impacto positivo en la sociedad rural. La singularidad del proyecto reside en su enfoque de reciclaje y su compromiso con la sostenibilidad y la inclusión social.

1,3

Millones de unidades de bioactivos producidos a partir del rambután

200

Árboles de rambután cultivados en jardines orgánicos certificados

3

Nuevos lanzamientos de producto BASF para el cuidado personal a partir del rambután



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N° 12

BELCORP  
L'bel    esika    cyzone<sup>®</sup>

## Cuidando el agua en nuestras operaciones

**BELCORP**

El Programa de Gestión Integral del recurso hídrico se ejecuta de forma permanente en nuestra planta de producción principal, en Tocancipá, Colombia.

**Desafío abordado:** En Belcorp, somos conscientes de los desafíos que enfrenta el planeta y de la importancia de una gestión responsable del agua en nuestras operaciones.

Por ello, implementamos un programa de uso eficiente y ahorro del agua, orientado a mejorar continuamente la gestión de este recurso, garantizar el cumplimiento de los requisitos ambientales e involucrar a nuestros colaboradores en la construcción de una cultura de cuidado del agua.

**Solución:** Como parte de este programa, contamos con diversas líneas de acción técnicas y de sensibilización. Entre ellas destacamos:

- **Uso de tecnologías de bajo consumo** para disminuir los índices de consumo de agua.
- Implementación de **procesos de recirculación de agua**.
- **Compensación hídrica** mediante la siembra y mantenimiento de 500 árboles en una zona de importancia hídrica para el municipio de Tocancipá.
- **Tratamiento de aguas residuales** generadas en los procesos de manufactura.
- **Cultura de cuidado del agua**, desarrollando campañas internas a nuestros colaboradores sobre buenas prácticas en el uso racional y ahorro de este recurso.

Gracias a estas acciones, en 2024 logramos reducir el consumo de agua en un 18% por cada 1,000 unidades producidas en la planta de Tocancipá (respecto al año 2023). Esto representa un ahorro de más de 20,000 m<sup>3</sup> de agua.

**-18%**

Reducción de consumo de agua por cada mil unidades producidas en planta

ODS N°12



L'BEL éiska cyzone®

## Cuidando el planeta a través de la gestión de residuos

**BELCORP**

**Ubicación y cronograma:** En nuestra planta de producción en Tocancipá, desarrollamos de manera permanente el Programa de Gestión Integral de Residuos, asegurando que en cada etapa de la operación se apliquen buenas prácticas ambientales.

**Desafío abordado:** Reducir el impacto ambiental de nuestras actividades productivas mediante un enfoque de economía circular.

**Solución:** Promover una cultura de reducción, reutilización, reciclaje y disposición responsable de residuos, al mismo tiempo que se fortalecen alianzas estratégicas e impulsa la innovación en procesos y materiales para extender el ciclo de vida de los materiales, lo cual nos permite avanzar hacia una gestión responsable y sostenible. Las principales acciones que desarrollamos son:



[MÁS INFORMACIÓN](#)

- **Clasificación en la fuente**, asegurando la separación adecuada de residuos.
- **Reúso de materiales**, prolongando su vida útil y reduciendo la necesidad de nuevos recursos.
- **Alianzas estratégicas**, que garantizan un manejo seguro, trazable y ambientalmente responsable de los residuos.
- **Fortalecimiento de cultura ambiental**, a través de campañas y capacitaciones que promueven hábitos sostenibles entre nuestros colaboradores.
- **Optimización de procesos y materiales** reduciendo la generación de residuos y extendiendo el ciclo de vida de nuestros productos.

**98%**

Residuos enviados  
a procesos de  
aprovechamiento

**2.710**

Toneladas de  
residuos enviadas  
a procesos de  
aprovechamiento



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N° 12



## Recuperación de envases Postconsumo y centro de acopio

Grupo Empresarial en  
Economía Circular (GEECI)

**Desafío abordado:** El sector del cuidado personal y del hogar enfrentaba una baja recuperación de envases post consumo, escasa infraestructura y limitada participación ciudadana. La fragmentación entre actores dificultaba el cierre del ciclo de los residuos, perpetuando modelos lineales y limitando el avance hacia prácticas sostenibles.

La falta de estructura especializada para gestionar residuos plásticos post consumo de forma eficiente y trazable limitaba la capacidad de las empresas para cumplir con sus metas de reciclaje, dificultaba el acceso a materiales reciclados y excluía a recolectores informales de cadenas de valor sostenibles. Además, impedía consolidar datos confiables sobre la recuperación de envases, afectando la medición de impacto ambiental y el avance hacia los compromisos del ODS 12.

**Solución:** GEECI articuló una estrategia colaborativa que reunió empresas, recicladores, autoridades y comunidades. Se fomentó la colaboración de centros de acopio, se promovió el uso de materiales reciclados post consumo (PCR) y se fortaleció la cultura de reciclaje mediante jornadas de acopio y campañas de sensibilización.

GEECI construyó un centro de acopio estratégico en Ecatepec, Estado de México, con registro ante la Secretaría del Medio Ambiente del Estado de México. Esta infraestructura permite recibir, clasificar y redistribuir residuos plásticos como PET, HDPE y Polipropileno, con una capacidad instalada de 220 toneladas mensuales. El centro de acopio garantiza trazabilidad, mejora la calidad del material reciclado y abastece a la industria con PCR. Además, genera empleo formal, integra actores locales y establece un modelo replicable que transforma la gestión de residuos en una palanca de impacto ambiental, social y normativo.

**+14.500**

Toneladas de residuos post consumo acopladas desde el 2022

**+25**

Empleos directos generados con condiciones laborales formales

**220** ton/mes

De residuos plásticos post consumo procesadas

ODS N°12



## Plan de Manejo de Residuos post consumo Nacional

Grupo Empresarial en Economía Circular (GEECI) – Nacional

**Desafío abordado:** Hasta el 2022, las empresas del sector del cuidado personal y del hogar en México no

contaban con un Plan de Manejo de Residuos Postconsumo. Esta ausencia generaba fragmentación operativa, baja trazabilidad de materiales como PET, HDPE y PP, y una limitada capacidad para cumplir con metas de recuperación y reciclaje. Además, sin infraestructura formal ni reconocimiento institucional, los esfuerzos individuales carecían de respaldo normativo, dificultando la medición de impacto y la integración de actores clave en cadenas circulares.

**Solución:** GEECI lideró la creación del Plan Nacional de Manejo de Residuos Postconsumo aprobado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) convirtiéndose en el primer instrumento federal diseñado específicamente para el sector del cuidado personal y del hogar. Este plan establece lineamientos técnicos, metas de recuperación, criterios de trazabilidad y mecanismos de reporte que permiten a las empresas cumplir con sus obligaciones ambientales.

PLAN DE MANEJO DE RESIDUOS POST-CONSUMO DE LA INDUSTRIA DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR.

2025



[MÁS INFORMACIÓN](#)

Cobertura en CDMX, Estado de México, Sinaloa, Quintana Roo

Desde el 2022.

**50% DE PLÁSTICO RECICLADO**



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°12

## Compromiso de sustentabilidad LISTERINE®

### KENVUE

Desde 2023, alineado con los principios de la economía circular, Listerine® está lanzando envases actualizados en todo el mundo, diseñados para ser reciclados y con contenido reciclado.

**Desafío abordado:** Imaginamos un mundo donde todos, en todas partes, reconozcan que una boca sana es una parte importante de una vida sana.

Cuando decimos que estamos comprometidos a ayudarlo a lograr una mejor salud bucal, también nos comprometemos a hacerlo de una manera responsable y sostenible que ayudará a proteger nuestro planeta. En LATAM contamos con el 1er LISTERINE® del mundo con plástico reciclado en nuestros empaques. Y nos esforzamos continuamente por reducir los residuos de los envases LISTERINE®, priorizando el uso de materiales reciclables y reciclados. Además, utilizamos un sistema que nos ayuda a formular productos no tóxicos y biodegradables que no son perjudiciales para la vida acuática ni los ecosistemas.

**Solución:** Todas nuestras botellas LISTERINE® están hechas de PET, el material plástico más reciclado del mundo. Los envases de LISTERINE® están compuestos en un 50% por plástico reciclado (PCR), estimulando la economía circular y garantizando la seguridad del producto. Además, pretendemos que nuestras botellas estén fabricadas al 100% con este material en 2030.

**50%**

Plástico reciclado  
en botellas  
LISTERINE ®

ODS N°12

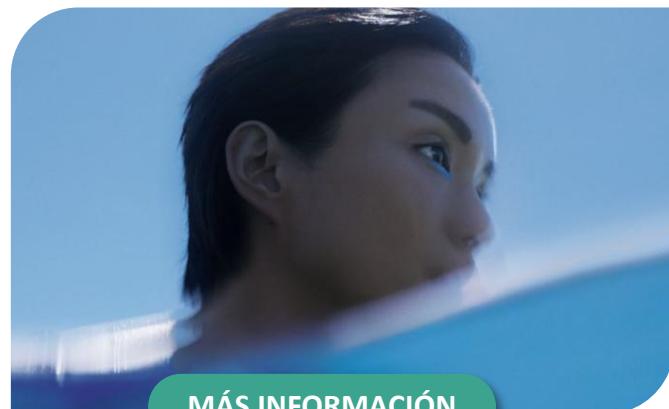
L'ORÉAL  
GROUPE

## Preservar los recursos mediante una gestión responsable del agua

### L'ORÉAL GROUPE

El agua es un recurso esencial para la producción y el uso de los productos de L'Oréal, y su gestión sostenible es una prioridad clave.

Estamos tomando medidas para reducir el consumo de agua en el diseño de nuestras fórmulas y productos, desde la investigación y la innovación hasta la producción y el uso por parte de los consumidores.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

L'Oréal registra los volúmenes de agua consumidos en sus fábricas para cuantificar cada tipo de uso e identificar posibles reducciones. En 2024, el 53 % del agua utilizada en los procesos industriales de L'Oréal procedía de agua reutilizada y reciclada. Estamos implantando sistemas de reciclaje de agua en todas nuestras plantas en todo el mundo, asignando prioridades en función de las situaciones locales de estrés hídrico.

Utilizamos técnicas de diseño ecológico para minimizar la huella hídrica, como el desarrollo de productos sin enjuague o la mejora de fórmulas que reducen la cantidad de agua necesaria para el enjuague y la creación de champús dos en uno.

**53%**

De agua reciclada o reutilizada para fines industriales en nuestras fábricas en 2024

ODS N°12

**L'ORÉAL**  
GROUPE

## Acelerando nuestra trayectoria hacia las cero emisiones netas

**L'ORÉAL GROUPE**

Estamos acelerando las iniciativas existentes y explorando múltiples palancas para descarbonizar toda nuestra cadena de valor. Por ejemplo, estamos replanteando el diseño de los productos para minimizar el impacto medioambiental a lo largo de todo su ciclo de vida, desde el abastecimiento de ingredientes hasta las opciones de envasado.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

Estamos trabajando con los minoristas para optimizar la eficiencia energética de los espacios comerciales, el impacto medioambiental de la publicidad y el marketing, y para adoptar soluciones de transporte más sostenibles.

La capacitación de los proveedores es una tercera parte fundamental de nuestra estrategia. En este sentido, fomentamos la adopción y el seguimiento de prácticas sostenibles y apoyamos a los proveedores estratégicos para acelerar su descarbonización con el lanzamiento de nuestro fondo de deuda Solstice.

**49%**

De nuestros envases de plástico son recargables, reutilizables, reciclables o compostables en 2024

**92%**

De los materiales de base biológica utilizados en fórmulas y envases obtenidos de forma sustentable en 2024

ODS N°12, 6,9 y 14



natura natura AVON

## Envases y circularidad

### NATURA & CO

En 2024, avanzamos significativamente en la gestión de la economía circular con la incorporación creciente de materiales reciclados en nuestro portafolio. Este movimiento nos permite no solo reducir la dependencia de recursos vírgenes, sino también fortalecer cadenas de reciclaje locales y generar un impacto socioambiental positivo.

La estrategia se basa en crear propuestas innovadoras que aumenten el uso de materiales reutilizables y reciclables y el ofrecimiento de repuestos que proporcionen la menor generación de residuos posible –consecuentemente, menos emisiones de gases de efecto invernadero– es uno de los ejes del Compromiso con la Vida, movilizando la gestión y el seguimiento por indicadores.

**Innovaciones de producto:** La línea Natura Ekos Concentrado de Castaña es un ejemplo para ofrecerles a los consumidores un producto de menor impacto ambiental y una experiencia lúdica de preparación del hidratante, basada en agregar agua.

Natura también es pionera en repuestos para cosméticos, adoptando ese modelo desde hace más de 40 años.

**Herramienta calculadora ambiental:** permite prever y medir el impacto de diferentes materiales y opciones de diseño.

**Programa Natura Elos:** promueve una red de responsabilidad compartida que une a la empresa, cooperativas, recicladores y fabricantes en un compromiso con la logística inversa y la cadena de reciclaje.

**Programa Ríos Vivos:** A través de este proyecto, actuamos en la movilización de comunidades ribereñas en los estados de Amazonas y Pará para la recolección de residuos plásticos en la selva, en las comunidades y en los barrios urbanos a la vera de los ríos de la región. Ekos Ryos, con las fragancias Ryo Vivo y Ryo Chuva, son innovaciones que se conectan a la iniciativa Ríos Vivos a través de las tapas de los envases, producidas con materiales 100% reciclados, retirados de los ríos de la Amazonía y de sus alrededores.

**Benevides Recicla:** Asociación entre Natura, la alcaldía de Benevides, en el estado de Pará, y la ONG Espacio Urbano creó Benevides Recicla, un programa de logística inversa de materiales reciclables. La iniciativa, lanzada en 2024, tiene el objetivo de aumentar la cantidad y la calidad de los residuos destinados al reciclaje en el municipio.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Recicle con Natura:** programa de logística inversa Recicle con Natura. Su acción se da con la creación de puntos de recolección para que nuestros consumidores depositen los envases vacíos de nuestros productos. Todas nuestras tiendas en Argentina, Perú, México, Chile y Colombia tienen puntos de recolección e incentivan a nuestros clientes a traer sus residuos.

**Proyectos de sensibilización para consumidores y Consultoras:** Las iniciativas de reciclaje en México involucraron a 2.675 personas, entre Consultoras, clientes y personas colaboradoras, recolectando más de 180 toneladas de materiales y más de 40 mil envases.

**Alianza con Nespresso:** Natura, a través de la línea Natura Ekos, se unió a Nespresso en una acción de circularidad. Los envases de las pulpas hidratantes para las manos Ekos Castaña ahora incluyen 10% de aluminio proveniente de las cápsulas recicladas de café.

# 18,2%

Cierre  
en 2024

Contenido de reciclado (en peso) de  
todo el plástico de nuestros envases.  
Meta 2030: +50%

# 84,6%

Envases reutilizables con repuesto,  
reciclables o compostables. Meta  
2030: +100%



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N° 12

**REVLON**  
PROFESSIONAL®

**Empoderando al mundo  
para reducir el plástico  
del planeta**

**REVLON / PLASTIC BANK**

Uniendo fuerzas con Plastic Bank. Estamos reduciendo el plástico en los océanos y mejoramos la vida de los que menos tienen. Hemos dado grandes pasos para minimizar nuestro impacto trabajando en nuestras fórmulas y envases.

Plastic Bank es una empresa social que establece ecosistemas de reciclaje ético en un radio de 50 kilómetros de las vías navegables de África, América Latina y el Sudeste Asiático.

Por cada producto Eksperience™ comprado, Plastic Bank retirará 4 botellas de plástico del medio ambiente, evitando que lleguen al océano.

# +9 millones

De botellas retiradas del entorno oceánico



ODS N° 12

Unilever

# Plástico Postconsumo reciclado para la Economía Circular

## UNILEVER

La iniciativa implementada para todas las marcas de Unilever redujo la contaminación plástica, haciendo que Brasil sea el primer país en alcanzar la meta con 37% de envases hechos de PCR.


[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** Se entiende que la contaminación plástica es uno de los mayores desafíos ambientales actuales y, como empresa de bienes de consumo, los envases de plástico son esenciales para los negocios. Por ello, alineada con el ODS número 12, Unilever tiene como objetivo a largo plazo acabar con la contaminación plástica mediante la reducción, circularidad y colaboración, y con la meta de usar 25% de plástico reciclado en envases para 2025.

**Solución:** Entre 2018 y 2023, Unilever redujo el uso de más de 50 mil toneladas de plástico virgen en sus envases, evitando la emisión de aproximadamente 70 mil toneladas de CO<sub>2</sub>. Las metas bien definidas resultaron en un desempeño notable en Brasil, que alcanzó 27%, superando la meta de inclusión de plástico PCR en 2022. A finales de 2023, subió a 37%. Actualmente, todas las marcas de productos de limpieza doméstica y muchos productos de higiene personal, como champús, acondicionadores, cremas para peinar y cremas de tratamiento, utilizan resina reciclada en sus envases. Las marcas OMO, Cif y Brilhante utilizan envases 100% de plástico reciclado. En 2022, Hellmann's introdujo frascos de ketchup hechos 100% de plástico reciclado y en 2023, frascos de mayonesa con 40% de PET reciclado. Hasta principios de 2024, la marca alcanzó un volumen de más de 1,3 mil toneladas/año de plástico PCR en sus envases.

## 50 mil

Toneladas de plástico virgen

## 70 mil

Toneladas de CO<sub>2</sub>

# Proyectos de la Industria Cosmética, Aseo Personal y Cuidado del Hogar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015, son un llamado global para erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y asegurar una vida próspera. Las metas están fijadas para el 2030.



Estos 17 objetivos, interconectados, reconocen que el progreso en un área impacta a otras, y que el desarrollo debe ser equilibrado en términos sociales, económicos y ambientales. Alcanzarlos requiere creatividad, conocimiento, tecnología y colaboración de estados e instituciones a nivel mundial.



El Objetivo 13 busca adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y el ODS 15 pretende conservar la vida de ecosistemas terrestres.

A continuación, el ranking de cada país de América Latina entre 167 países en general de todos los ODS; y el avance hacia el cumplimiento de algunas de las metas establecidas en el ODS 13 (2/3) y ODS 5 (5/5).

\* Este documento presenta solo una selección de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los que contribuyen las industrias, aunque su trabajo abarca otros ODS adicionales.

# Medición de las metas del ODS13 y ODS 15 por Naciones Unidas

● Logro de la meta dentro del ODS

● Aún con desafíos

● Desafíos significativos

● Grandes desafíos

● Sin información

↑ En camino

↗ Mejorando

➡ Estancado

⬇ Decreciendo

NA Datos no disponibles

	P. 47	ARG	P. 90	BOL	P. 52	BRA	P. 32	CHI	P. 74	COL
13 – CO <sub>2</sub> de combustibles fósiles y cemento (tCO <sub>2</sub> /per cápita)	14,2	2022 ⚡➡	1,8	2022 ⚡↑	2,3	2022 ⚡↑	4,3	2022 ⚡➡	1,9	2022 ⚡↑
13 – GEI incorporadas en las importaciones (tCO <sub>2</sub> /per cápita)	1,1	2021 ⚡↑	1,1	2021 ⚡↑	1,0	2021 ⚡↑	3,6	2021 ⚡⬇	1,1	2021 ⚡↑
15 – Área terrestre protegida para biodiversidad (%)	32,3	2023 ⚡➡	45,4	2023 ⚡➡	45,7	2023 ⚡➡	33,3	2023 ⚡➡	58,1	2023 ⚡➡
15 - Área de agua dulce protegida para biodiversidad (%)	40,1	2023 ⚡➡	59,0	2023 ⚡➡	28,6	2023 ⚡➡	47,3	2023 ⚡➡	55,0	2023 ⚡➡
15 – Índice de supervivencia de especies de la lista roja (0-1)	0,86	2024 ⚡➡	0,85	2024 ⚡➡	0,88	2024 ⚡➡	0,76	2024 ⚡⬇	0,74	2024 ⚡⬇
15 – Deforestación permanente (% de superficie forestal, promedio 3 años)	0,4	2022 ⚡➡	0,7	2022 ⚡⬇	0,5	2022 ⚡➡	0,0	2022 ⚡↑	0,2	2022 ⚡⬇
15 - Deforestación importada (mz/per cápita)	2,8	2022 ⚡↑	3,0	2022 ⚡↑	1,8	2022 ⚡↑	27,3	2022 ⚡➡	3,6	2022 ⚡↑
	P. 59	CRI	P. 75	ECU	P. 87	SVL	P. 128	GUA	P. 80	MEX
13 – CO <sub>2</sub> de combustibles fósiles y cemento (tCO <sub>2</sub> /per cápita)	1,5	2022 ⚡➡	2,3	2022 ⚡➡	1,2	2022 ⚡➡	1,1	2022 ⚡➡	4,0	2022 ⚡➡
13 – GEI incorporadas en las importaciones (tCO <sub>2</sub> /per cápita)	2,2	2021 ⚡➡	1,3	2021 ⚡➡	2,1	2021 ⚡➡	1,3	2021 ⚡➡	1,8	2021 ⚡➡
15 – Área terrestre protegida para biodiversidad (%)	42,2	2023 ⚡➡	28,5	2023 ⚡➡	28,0	2023 ⚡➡	33,7	2023 ⚡➡	38,4	2023 ⚡➡
15 - Área de agua dulce protegida para biodiversidad (%)	42,7	2023 ⚡➡	47,4	2023 ⚡➡	97,7	2023 ⚡↑	49,9	2023 ⚡➡	51,5	2023 ⚡➡
15 – Índice de supervivencia de especies de la lista roja (0-1)	0,84	2024 ⚡⬇	0,65	2024 ⚡⬇	0,81	2024 ⚡⬇	0,72	2024 ⚡⬇	0,68	2024 ⚡⬇
15 – Deforestación permanente (% de superficie forestal, promedio 3 años)	0,1	2022 ⚡➡	0,1	2022 ⚡➡	0,1	2022 ⚡↑	0,5	2022 ⚡➡	0,2	2022 ⚡⬇
15 - Deforestación importada (mz/per cápita)	9,5	2022 ⚡↑	3,6	2022 ⚡↑	28,1	2022 ⚡➡	3,8	2022 ⚡↑	4,9	2022 ⚡↑
	P. 84	PAN	P. 91	PAR	P. 64	PER	P. 55	DOM	P. 34	URU
13 – CO <sub>2</sub> de combustibles fósiles y cemento (tCO <sub>2</sub> /per cápita)	2,7	2022 ⚡➡	1,3	2022 ⚡➡	1,8	2022 ⚡➡	2,1	2022 ⚡↑	2,3	2022 ⚡⬇
13 – GEI incorporadas en las importaciones (tCO <sub>2</sub> /per cápita)	2,0	2021 ⚡↑	2,2	2021 ⚡➡	1,5	2021 ⚡➡	61,9	2021 ⚡➡	2,7	2021 ⚡➡
15 – Área terrestre protegida para biodiversidad (%)	54,9	2023 ⚡➡	36,3	2023 ⚡➡	28,8	2023 ⚡➡	76,6	2023 ⚡➡	23,3	2024 ⚡➡
15 - Área de agua dulce protegida para biodiversidad (%)	78,4	2023 ⚡➡	38,8	2023 ⚡➡	32,3	2023 ⚡➡	94,7	2023 ⚡↑	28,3	2024 ⚡➡
15 – Índice de supervivencia de especies de la lista roja (0-1)	0,72	2024 ⚡⬇	0,95	2024 ⚡➡	0,74	2024 ⚡⬇	0,73	2024 ⚡⬇	0,91	2024 ⚡↑
15 – Deforestación permanente (% de superficie forestal, promedio 3 años)	0,2	2022 ⚡➡	1,2	2022 ⚡➡	0,2	2022 ⚡➡	0,4	2022 ⚡➡	0,1	2024 ⚡➡
15 - Deforestación importada (mz/per cápita)	3,5	2022 ⚡↑	6,4	2022 ⚡↑	5,3	2022 ⚡↑	9,7	2022 ⚡➡	16,4	2023 ⚡➡

Fuente: Sustainable Development Report 2024, The SDGs and the UN Summit of the future.

P. Corresponde al puesto del país según medición de todos los ODS.



ODS N°13 y 17

## Programa Mão Pro Futuro (en curso)

**ABIHPEC | ÓRGANO GESTOR DEL PROGRAMA**

El Programa promueve el reciclaje de envases, ayuda a evitar las emisiones de gases de efecto invernadero, fortalece la economía circular y actúa para enfrentar la crisis climática.

Mão Pro Futuro, coordinado por ABIHPEC en asociación con ABIPLA, ABIMAPI, ABRAFATI y ABIOPTICA, se lanzó en 2006 y se ha consolidado como pionero en logística inversa en Brasil, con operaciones en todo el país.

**Desafío abordado:** El aumento de la generación de residuos sólidos, combinado con la eliminación inadecuada, intensifica los impactos ambientales y contribuye a la crisis climática. Los desechos enviados a los vertederos liberan gases de efecto invernadero, lo que agrava el desequilibrio climático. Este escenario refuerza la necesidad de transitar hacia modelos de economía circular, que reduzcan el volumen de residuos desechados y fomenten el reciclaje.

La implementación de soluciones sostenibles, como la logística inversa de los envases, depende de la cooperación entre múltiples actores: empresas, gobiernos, cooperativas de recicladores y sociedad civil. Este escenario resalta la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas, promover el intercambio de conocimientos y crear mecanismos de colaboración efectivos.

**Solución:** El Programa Mão Pro Futuro trabaja mediante la construcción de acciones para enfrentar los desafíos climáticos a través de la recuperación de envases en todo el territorio nacional. Además de reducir la presión sobre los recursos naturales, el Programa promueve la economía circular, fomentando prácticas más sostenibles en la industria y una mayor responsabilidad de las empresas por el ciclo de vida de sus envases.

Mão Pro Futuro actúa como catalizador de alianzas estratégicas, conectando empresas asociadas al Programa, entidades representativas, cooperativas de recicladores, agencias gubernamentales y organizaciones comprometidas con la sostenibilidad. La asociación entre las cinco entidades (ABIHPEC, ABIPLA, ABIMAPI, ABRAFATI y ABIOPTICA) refuerza el trabajo conjunto y el compromiso con los objetivos de Logística Inversa y responsabilidad ambiental.

**4,5  
millones**

Toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> evitadas (2013-2024)

**706  
mil**

Toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> evitadas (2024)

**+200**

Empresas participantes en el programa

**05**

Entidades asociadas



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°13

**BASF**

## COCLÍ - Cadenas de suministro inclusivas y sostenibles de aceite de palma

**BASF en alianza con Solidaridad**

Proyecto en curso, 3 años 2024-2027. Implementados en 9 departamentos productores de aceite de Palma en Colombia (Guajira, Cesar, Magdalena, Bolívar, Norte de Santander, Santander, Córdoba, Antioquia y Nariño).

**Desafío abordado:** El aceite de palma es un componente vital de uso diario, desde alimentos hasta productos de belleza.

Su producción debe estar alineada con prácticas sostenibles para garantizar la viabilidad económica de los agricultores, el bienestar de los trabajadores y la protección del medio ambiente. Colombia es el cuarto productor a nivel global, Sin embargo, los pequeños agricultores, responsables de entre el 30% y 40% de la producción, enfrentan grandes desafíos para implementar prácticas sostenibles, y a 2021, solo el 28% de los productores totales cumplían con certificaciones de sostenibilidad.

**Solución:** COCLÍ es un proyecto desarrollado por BASF y Solidaridad, con una inversión de 2.200 millones de pesos, de la mano de aliados como Fedepalma y Cenipalma, con el objetivo de aumentar la producción sostenible de aceite de palma, beneficiando a 1.577 pequeños productores Colombianos. En tres años, COCLÍ mejorará el Índice de Sostenibilidad de estos agricultores, implementando mejores prácticas que garanticen cero deforestación, mejoren el rendimiento de cultivo y las condiciones laborales de más de 2.600 trabajadores. Esta iniciativa hace parte del compromiso global de BASF para asegurar que nuestras soluciones son elaboradas a partir de fuentes sostenibles y certificadas de palma. En este camino, invertimos en el desarrollo de proyectos de valor compartido en diferentes latitudes que contribuyan en el desarrollo sostenible del sector palmicultor.

**1.577**

Pequeños productores de aceite de Palma impactados

**182.400**

Toneladas de aceite de palma crudo producido con mejores prácticas

**2.614**

Trabajadores, con mejores condiciones laborales

ODS N°13



## BeeLab by Tío Nacho

**GENOMMA LAB INTERNACIONAL  
UBEES**

**Ubicación y cronograma:** Antioquia, Colombia y Florida, Cabo Cañaveral

Proyectos realizados en 2023 y 2024.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El proyecto de construcción de dos laboratorios apícolas de Genomma Lab aborda la problemática del deterioro de las poblaciones de abejas, esenciales para la polinización y el equilibrio ecológico.

La reducción de estos polinizadores, causada por el cambio climático, el uso de pesticidas y la deforestación, pone en riesgo la biodiversidad y la seguridad alimentaria. Con estos laboratorios, se protege abejas, garantizando su conservación y fortaleciendo la polinización de más de los cultivos, lo que contribuye a la sostenibilidad ambiental y al desarrollo productivo de las comunidades locales.

**Solución:** Construcción de dos laboratorios apícolas que protegen a +3,000,000 de abejas y polinizan +600 hectáreas en conjunto.

**+3**

Millones de abejas

**+600**

Hectáreas  
polinizadas

ODS N°13



## Electricidad 100% renovable

**KENVUE**

Desde 2023, todas las plantas de fabricación de Kenvue en LATAM utilizan electricidad 100% renovable, contribuyendo significativamente a la reducción de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El cambio climático es uno de los desafíos más significativos de nuestro tiempo y está transformando los negocios en todo el mundo.

Si bien el cambio climático presenta riesgos importantes, también ofrece nuevas oportunidades de crecimiento para las empresas en la transición hacia un futuro con emisiones netas de carbono nulas. En Kenvue, estamos tomando medidas para abordar el cambio climático al reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y aumentar nuestro uso de energía renovable en nuestras operaciones y a lo largo de nuestra cadena de valor.

Nuestros objetivos y compromisos nos brindan metas claramente definidas para reducir las emisiones de GEI de acuerdo la ciencia. Las mayores emisiones de Alcance 1 y 2 de nuestra empresa provienen de la energía eléctrica, que representa el 60% de nuestras emisiones de Alcance 2.

**Solución:** Las fuentes de electricidad renovable cubren aproximadamente el 65% de nuestro consumo eléctrico a nivel global en Kenvue. En LATAM, hemos logrado un 100% de electricidad renovable a partir de 2023, gracias a acuerdos de compra de energía (PPA) en Brasil, Argentina y contratos de energía verde en Colombia.

**100%**

Electricidad  
renovable



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°13

L'ORÉAL  
GROUPE

**Energía renovable en todos nuestros sitios y tiendas operadas para 2030**

L'ORÉAL GROUPE

A finales de 2024, L'Oréal había alcanzado un 97 % de energía renovable en sus instalaciones a nivel global y 100% en Latinoamérica, gracias a una estrategia que combina el ahorro y la eficiencia energética, la inversión en energías renovables y el análisis de datos.

Trabajamos codo con codo con nuestros proveedores para crear una cadena de valor más sostenible. Les animamos a establecer objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia (SBTi) y les ayudamos a analizar e identificar formas de reducir su huella de carbono.

L'Oréal también les apoya a través de diversos mecanismos financieros, como su fondo de capital riesgo BOLD, que invierte en proyectos innovadores de envasado sostenible, o el fondo de deuda Solstice, creado conjuntamente por L'Oréal y Chenavari en 2024, que facilitará el acceso a la financiación para iniciativas de descarbonización.

En 2024, L'Oréal fue reconocida por sexto año consecutivo como líder en compromiso con los proveedores por el CDP por su compromiso con la creación de valor sostenible con sus proveedores.<sup>37</sup>

# 97%

Uso de energía renovable en todos nuestros sitios y tiendas operadas<sup>1</sup>  
**a nivel global alcanzado en 2024**

# 100%

Uso de energía renovable en todos nuestros sitios y tiendas operadas<sup>1</sup>  
**en LATAM alcanzado en 2024**

<sup>1.</sup> Tiendas operadas en las que tenemos un abono de electricidad

ODS N°13

L'ORÉAL  
GROUPE

## Fondo para la Regeneración de la Naturaleza

L'ORÉAL GROUPE

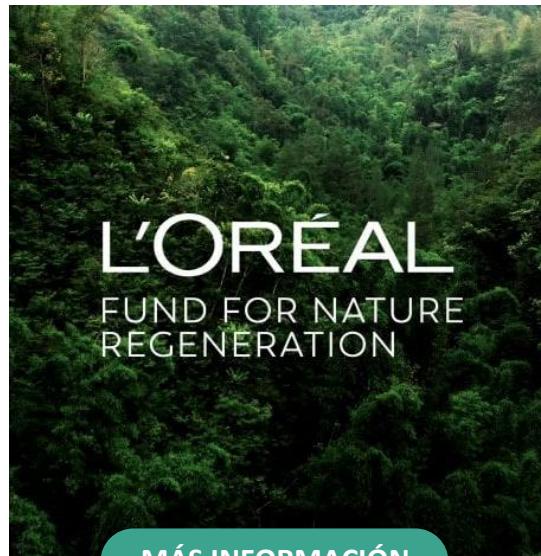
En L'Oréal llevamos mucho tiempo comprometidos con el respeto a la biodiversidad. Sin embargo, creemos que reducir nuestra huella en toda nuestra cadena de valor es insuficiente. Queremos ayudar a reparar los daños ya causados a nuestro planeta y a invertir el ritmo de pérdida de biodiversidad.

Para ello, L'Oréal lanzó el Fondo L'Oréal para la Regeneración de la Naturaleza. Este fondo de 50 millones de euros se diseñó con un enfoque nuevo e innovador: es un fondo de inversión de impacto, lo que significa que puede asegurar un rendimiento del capital invertido a la vez que crea un valor medioambiental y social positivo.

Su cartera incluye proyectos que apoyan la regeneración de tierras degradadas, manglares, así como la restauración de zonas marinas y bosques. Al impulsar la biodiversidad, pretende crear sumideros de dióxido de carbono, reduciendo así los impactos del cambio climático, a la vez que ofrece nuevas oportunidades a las comunidades y economías locales (agricultura y pesca sustentables, ecoturismo, comercialización de créditos de carbono). Los proyectos les permiten vivir en un entorno más saludable, beneficiarse de nuevas oportunidades económicas y mejorar la resistencia al cambio climático.

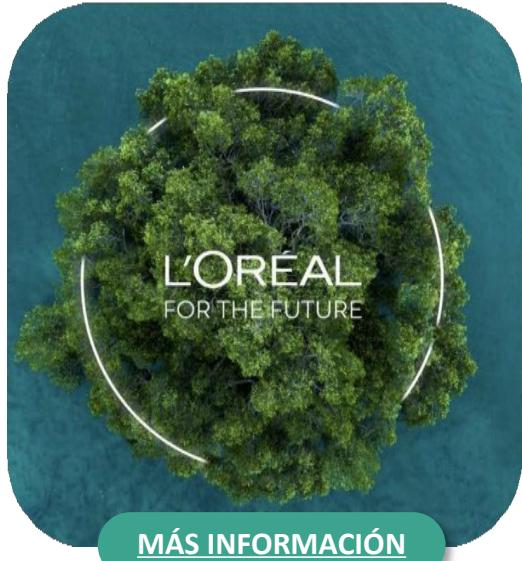
# 50M€

Para explorar soluciones innovadoras para el clima y la naturaleza



[MÁS INFORMACIÓN](#)

Para 2024, el fondo ya había invertido más de 24 millones de euros en 16 proyectos globales que apoyan la regeneración de tierras degradadas, manglares y áreas marinas, y la conservación y restauración de bosques, mientras crean oportunidades económicas para las comunidades locales.



## Salvaguardar la naturaleza Proteger y preservar los ecosistemas

### L'ORÉAL GROUPE

La naturaleza es una fuente de inspiración para nuestro negocio, ya que nos proporciona las materias primas que alimentan nuestra innovación, al tiempo que nos recuerda nuestra responsabilidad de proteger y preservar los ecosistemas naturales. Nuestros 1.600 ingredientes, procedentes de 350 especies vegetales, ponen de manifiesto nuestra dependencia de un ecosistema sano y diverso.

En nuestra transición hacia ingredientes de origen biológico, estamos comprometidos con un abastecimiento responsable y sustentable. Para guiar nuestras acciones relacionadas con la naturaleza, adoptamos los tres pilares de la jerarquía de conservación: **Evitar, Reducir, Restaurar y Regenerar**, con el objetivo de transformar los sistemas globales de los que depende nuestra cadena de valor. Invertimos en asociaciones y soluciones que protejan la biodiversidad y regeneren los paisajes.

El agua es otro aspecto fundamental de nuestro pilar de naturaleza. L'Oréal se compromete a una gestión responsable del agua en toda su cadena de valor. Esto incluye la optimización de procesos industriales, la creación de productos que ayuden a los consumidores a usar menos agua y la conexión de estos esfuerzos con la biodiversidad, la adaptación climática y la resiliencia comunitaria.

### 49%

De nuestros envases de plástico son recargables, reutilizables, reciclables o compostables en 2024

### 92%

De los materiales de base biológica utilizados en fórmulas y envases obtenidos de forma sustentable en 2024

### 53%

De agua reciclada o reutilizada para fines industriales en nuestras fábricas en 2024

### 66%

De nuestros ingredientes en fórmulas de origen biológico, derivados de minerales abundantes o de procesos circulares en 2024

# Plan de transición climática

**NATURA & CO**



**MÁS INFORMACIÓN**

El Plan de Transición Climática considera la **meta de cero emisiones netas en las instalaciones propias (Alcances 1 y 2) hasta 2030, y en la cadena de valor (Alcance 3) hasta 2050**, teniendo como objetivo intermedio una **reducción del 42% en el segundo caso hasta 2030**, según lo establecido en el Compromiso con la Vida.

El plan va más allá de la gestión de impactos y la mitigación, abrazando la economía regenerativa para combatir el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y promover la igualdad social. Ser una empresa regenerativa significa estimular la vida en individuos, comunidades, la corporación y la naturaleza.

**Estrategia de Descarbonización:** Se enfoca en seis frentes principales: Operaciones (Alcances 1 y 2), Fórmulas, Embalajes, Logística, Revistas y materiales de apoyo, y Productos no cosméticos, que cubren el 100% de las emisiones de la meta SBTi a corto plazo. Esto incluye eficiencia energética, uso de electricidad limpia y combustibles renovables, ecodiseño, materiales reciclados y biomateriales en productos y envases, y optimización logística con combustibles alternativos.

**Compromiso e Influencia:** El plan busca movilizar a consultoras, consumidores, proveedores y organizaciones externas para impulsar un cambio sistémico. Esto incluye la "Alianza Regenerativa" con proveedores estratégicos y la participación en foros globales para defender la ambición climática gubernamental y la justicia climática

**Gobernanza y Resiliencia:** Integra los riesgos y oportunidades climáticos en la planificación estratégica y financiera, con supervisión del Consejo Directivo y un Comité de Sostenibilidad. También desarrolla resiliencia ante eventos climáticos extremos.

**Justicia Climática:** Reconoce que el cambio climático afecta de manera desproporcionada a poblaciones vulnerables y busca promover soluciones que vinculen los derechos humanos con el desarrollo, apoyando a comunidades y la sociobiodiversidad, especialmente en la Amazonía. Natura prioriza proyectos de créditos de carbono de alta integridad, basados en la naturaleza, que generen cobeneficios socioambientales e ingresos para las comunidades involucradas.

**-43%**

De las emisiones en instalaciones propias (alcance 1 y 2). Meta 2030: -90%

**-28%**

De las emisiones en la cadena de valor (alcance 3), comprometiendo a proveedores y consumidores. Meta 2023: -42%

**46%**

De los créditos de compensación de las emisiones remanentes de Natura de proyectos de la Amazonía, prioritariamente de las comunidades agroextractivistas. Meta 2023: -30%



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°13

Unilever

## Eficiencia Energética – Instalación de Biogestor de Pousu Alegre

### UNILEVER

Como parte de su estrategia de descarbonización, en 2023, Unilever Brasil implementó un biogestor para tratar residuos orgánicos y producir biogás, abasteciendo la fábrica de alimentos en Pouso Alegre/MG

**Desafío abordado:** Globalmente, la compañía tiene la meta de eliminar las emisiones de sus operaciones fabriles para 2030 en todo el mundo, contribuyendo a la lucha contra el cambio climático y al logro del objetivo número 13. El biogestor tiene como objetivo contribuir a la reducción de gases de efecto invernadero y a la disminución del uso de fertilizantes químicos, ya que este proceso genera biofertilizante que puede ser utilizado en la agricultura

**Solución:** La transición a una economía de bajo carbono fue posible debido a que la estructura tiene la capacidad de producir energía térmica y renovable para el 100% del abastecimiento en la unidad. El biogestor puede tratar 20 toneladas de residuos orgánicos por día, permitiendo la reducción de CO<sub>2</sub> en 300 toneladas por año, además de la reducción del 80% de los residuos orgánicos generados por los procesos de la fábrica y en la huella de carbono en el transporte del residuo de 17 toneladas de CO<sub>2</sub>. El proceso de biodegradación está diseñado para funcionar 365 días al año, con el fin de garantizar un suministro continuo de biogás, además del tratamiento de residuos orgánicos provenientes de procesos productivos.

**20**

Ton de residuos orgánicos por día

**300**

Reducción de ton de CO<sub>2</sub> por año

**80%**

Reducción de los residuos orgánicos

ODS N°15



## Programa Mata Viva® 40 años

**BASF / Fundación ECO+**

Desde 1984 en Guaratinguetá, presente en 4 sitios en Brasil y 2 en Sudamérica, con 1,3 millones de árboles plantados, 900 hectáreas de bosques restauradas y monitoreo de la biodiversidad en 4 bosques existentes en fábricas BASF.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Desafío abordado:** El Programa Mata Viva® aborda el desafío de la conservación y restauración de ecosistemas en un contexto de creciente presión sobre los recursos naturales y el uso del suelo.

Además, enfrenta el reto de involucrar a comunidades locales y sectores privados en acciones conjuntas para proteger la biodiversidad, mitigar el cambio climático y fomentar el desarrollo sostenible. Este proyecto se alinea directamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 13, 15 y 17, relacionados con la acción por el clima, la vida de ecosistemas terrestres y las alianzas para lograr objetivos.

**Solución:** El Programa Mata Viva® integra la biodiversidad en el contexto empresarial mediante un enfoque innovador que combina la restauración ecológica con estrategias alineadas a las operaciones corporativas. Su singularidad radica en promover la restauración de los bosques en sitios productivos, transformándolos en reservas corporativas, fomentando la conservación de la biodiversidad y generando valor para los negocios al fortalecer su sostenibilidad ambiental y reputación. Además, el programa utiliza herramientas avanzadas, como el cálculo de emisiones de carbono, para conectar acciones de restauración con metas empresariales de mitigación climática.

**1,3**

Millones de  
árboles plantados

**240**

Hectáreas de  
bosques restaurados



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N°15



**Aprobados por  
Leaping Bunny De Cruelty  
Free International**

**BELCORP**

Cumplimos los criterios del Programa Leaping Bunny de forma permanente en los 14 países donde Belcorp tiene presencia.

Hoy somos miles de compañías las que apostamos por la innovación para garantizar altos estándares de seguridad y calidad en nuestro portafolio, demostrando que para impulsar belleza no es necesario experimentar en animales.

**Solución:** Nuestras marcas L'BEL, ésika y Cyzone están aprobadas por el Programa Leaping Bunny de Cruelty Free International, lo cual demuestra nuestro compromiso con la eliminación de las pruebas en animales en todo el mundo. Para lograr esta aprobación, en Belcorp hemos realizado una rigurosa revisión a lo largo de nuestra cadena de suministro, hasta el nivel de fabricantes de ingredientes. Además, para garantizar el cumplimiento permanente de los criterios del Programa, hemos implementado un sistema de gestión y monitoreo para la formulación y compra de nuestras materias primas y productos cosméticos terminados. Asimismo, cumplimos una política de fecha límite fija y aceptamos auditorías independientes periódicas. Por otro lado, para garantizar la calidad, estabilidad y seguridad de nuestros productos, aplicamos más de 80 metodologías alternativas al testeо en animales.

# 100%

De nuestras marcas  
aprobadas por Leaping  
Bunny

# +80

Metodologías  
alternativas al  
testeо de animales

<sup>1</sup> <https://crueltyfreeinternational.org/about-animal-testing/facts-and-figures-animal-testing>

ODS N°15

## Fortaleciendo zonas de manejo especial con forestación nativa

BELCORP

**Ubicación y cronograma:** El proyecto se implementa en zonas de alto valor ecosistémico en Tocancipá y Sopó. Inició en 2020 y continúa en ejecución, con mantenimientos anuales y nuevas jornadas de siembra.

**Desafío abordado:** Impulsar proyectos en zonas de importancia ecológica cercanas a la planta de Tocancipá, como medida de compensación ambiental y de protección hídrica. La pérdida de cobertura boscosa y la degradación de ecosistemas amenazan la biodiversidad y la disponibilidad de agua, elementos críticos para la sostenibilidad de la operación. Proteger estos espacios fortalece la resiliencia del territorio y reafirma nuestro compromiso con la gestión responsable y la generación de valor compartido.



[MÁS INFORMACIÓN](#)

**Solución:** Desarrollo de jornadas de forestación en zonas de alto valor ecosistémico como parte de nuestras acciones de compensación y voluntariado en el eje Cuidado del Planeta. A la fecha hemos logrado:

- **500 árboles nativos sembrados** en la vereda La Esmeralda (Tocancipá)
- Participación en el **Proyecto de Restauración Ecológica Participativa El Chuscal**, liderado por Prodensa, con:

- **110 árboles nativos sembrados.**
- Participación de 50 colaboradores.

Esta acción refuerza nuestro compromiso con la conservación del entorno natural y la sostenibilidad del territorio donde operamos.

# 610

Árboles sembrados  
desde 2019

# 100%

Supervivencia  
de árboles  
sembrados



[MÁS INFORMACIÓN](#)

ODS N° 15, 2, 6, 9, 12, 13 y 17 natura 

## Programa Natura Amazonia

### NATURA & CO

Desde 2011, contamos con el Programa Natura Amazonía. En 2024 se hace una evolución del programa para una transición regenerativa.

Territorios: Amazonía Brasilera, Colombiana, Ecuatoriana y Peruana.

Natura busca contribuir a la **protección y/o regeneración de 3 millones de hectáreas de la Selva Amazónica** para 2030 y **cuadruplicar las compras de insumos de la sociobioeconomía amazónica** respecto a 2020.

### Resultados Generales y Estrategias

Natura ya **protege 2.2 millones de hectáreas de selva**. Se ha conectado con **45 comunidades** de sociobiodiversidad, **superando el objetivo de 45 comunidades** seis años antes de lo previsto. Tenemos en **portafolio 46 bioingredientes amazónicos** (con la meta de 55 para 2030). Los recursos **compartidos con las comunidades alcanzaron R\$ 48.51 millones**, de los cuales R\$ 24.5 millones corresponden a compras de insumos de sociobiodiversidad. Impulsamos la sociobioeconomía como la solución, con un modelo innovador de cadenas de valor. **El Ecoparque en Benevides** es un **eje central para la estrategia en la Amazonía**, funcionando como complejo industrial, tecnológico y de innovación.

**Innovación central:**

El Programa Natura Amazonía busca transformar desafíos socioambientales en oportunidades de negocio y desarrollo local sostenible, catalizando un ecosistema de soluciones regenerativas basado en la innovación y el conocimiento tradicional. Este programa se apoya en tres pilares: ciencia, tecnología e innovación; fortalecimiento de comunidades y territorios; y Ecoparque y nuevos negocios.

**2,2**

Millones de hectáreas conservadas y/o regeneradas de selva amazónica. Meta 2030: 3 millones de hectáreas.

**45**

Comunidades agroextractivistas (alcanzando la meta 2030) Meta 2030: 45 comunidades

**46**

Bioingredientes de la sociobiodiversidad amazónica. Meta 2030: 55 bioingredientes

**ODS N°15**

**REVLON**  
PROFESSIONAL®

**Cruelty Free & Ingredients****REVLON**

Nuestro trabajo se centra en la diversidad, la equidad y la inclusión, la GESTIÓN RESPONSABLE de nuestro planeta y la construcción de una comunidad a través de la filantropía, el bienestar y la divulgación a través del portal de la empresa.

**MÁS INFORMACIÓN**

Revlon no realiza pruebas en animales ni lo ha hecho desde 1989. Hacemos pruebas completas de todos nuestros productos utilizando los métodos más avanzados tecnológicamente disponibles para garantizar que sean innovadores y seguros de usar.

Todos los ingredientes que Revlon utiliza han sido aprobados y considerados seguros para su uso específico por diferentes paneles de científicos expertos y autoridades reguladoras.

Con cada producto que fabricamos, continuamos amplificando voces, desafiando convenciones y rompiendo barreras en áreas donde más necesitamos el cambio.

La diversidad, la equidad, la accesibilidad y la inclusión son las piedras angulares de nuestra comunidad.

**100%**

De fórmulas cumplen con regulaciones internacionales

**+1000**

Fórmulas con métodos alternativos e innovadores