

# 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.

En esta edición, nos enfocamos en los ODS 3 y ODS 5.

**3 SALUD Y BIENESTAR**

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.

**5 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).

## Medición de metas del ODS 3 y ODS 5 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

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	▶	86,8	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	▶

## 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.

MÁS INFORMACIÓN

**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

Mil participación en los programas y actividades

240

Mil actividades de bienestar individuales y para equipos

## 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.

**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.

MÁS INFORMACIÓN

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

## Brave Together

L'ORÉAL GROUPE- 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.



MÁS INFORMACIÓN

### 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.

## 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.

MÁS INFORMACIÓN

Por medio de la promoción de estos tres importantes pasos:

- **Revisar tus lunares:** Conoce tus lunares y aprende a identificar una posible lesión sospechosa.
- **Cuidate 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.

En LATAM

Más de

233,000

beneficiarios



MÁS INFORMACIÓN

ODS N°5

## 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.

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 future 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%** del las posiciones de liderazgo son ocupadas por mujeres.

**72%** del equipo científico está conformado por mujeres.



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, éste 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

L'ORÉAL GROUPE



MÁS INFORMACIÓN

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".

**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.

En LATAM

Más de

470

científicas han sido reconocidas

## 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.



MÁS INFORMACIÓN

**Solución:** La iniciativa tiene como principal objetivo apoyar a mujeres a reinsertarse 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

## Stand Up Contra el Acoso Callejero

L'ORÉAL GROUPE - L'Oréal Paris



MÁS INFORMACIÓN

“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.

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

En LATAM

240,000

personas capacitadas