



CANIPEC

Cámara y Asociación de la Industria
del Cuidado Personal y del Hogar

**REPORTE
ANUAL**

2023



**EL VIAJE EN CANIPEC 2023
HACIA UN FUTURO SOSTENIBLE
REPORTE ANUAL**

INTRODUCCIÓN

Retos 2023
Buscando ser el aliado de México
La industria del cuidado personal y del hogar en números
Fortalecimiento institucional

COMISIONES LÍDERES

Consumidor y Consumo
Cadena de Valor
Sustentabilidad

COMISIONES DE SOPORTE

Asuntos Regulatorios
Reputación
Asuntos Públicos

CONSUMIDOR Y CONSUMO

Entendimiento de los consumidores
Tendencias emergentes en el ámbito de la belleza
Cuidado del hogar

CADENA DE VALOR

Comercio Exterior y Aduanas
Proveeduría
Comercio electrónico

SUSTENTABILIDAD

4to Informe del Acuerdo Nacional de la Nueva Economía de los Plásticos
Proyecto: Planeación de Escenarios de Residuos del Sector
Logros de CANIPEC respecto del marco jurídico aplicable en temas de sustentabilidad.

ASUNTOS REGULATORIOS

Cuidado personal
Iniciativa- Prohibición de protectores solares químicos en el Estado de Quintana Roo
Eventos y capacidades

REPUTACIÓN

Nueva visión en materia de reputación y posicionamiento sectorial
Eventos y capacitaciones
Nueva estrategia y metodología de trabajo

ASUNTOS PÚBLICOS

Sustentabilidad
Cadena de valor
Consumo y consumidor
Consejo consultivo, publicidad COFEPRIS
Estrategia de acercamiento con Precandidatas Presidenciales

RESPONSABILIDAD SOCIAL SECTORIAL

Luzca Bien...Siéntase Mejor: 10 años de apoyar a mujeres mexicanas con cáncer
Programa de Desarrollo Profesional de CANIPEC (Programa de Becarios)
Reporte anual Belleza & Bienestar
Grupo Empresarial en Economía Circular (GEECI)



FORTALECIENDO LOS CIMIENTOS DE NUESTRA CÁMARA

Representación Internacional
Compromisos a mediano y largo plazo
Estrategia de Comunicación 2023



NUESTROS RETOS 2023

Estimados miembros, colaboradores y socios estratégicos,

Desde CANIPEC, Carlos Berzunza Sánchez, Presidente Ejecutivo y Rosa María Sánchez Maldonado, Directora General, con gran orgullo y satisfacción, les damos la más cordial bienvenida a la edición 2023 de nuestro Reporte Anual. Este documento no solo refleja el esfuerzo conjunto y los logros significativos alcanzados durante el último año, sino que también marca el camino hacia un futuro lleno de retos para nuestra industria.

2023, fue el año en el que conseguimos alcanzar el 86% de los objetivos de la agenda prioritaria. Este logro abarca tanto a las tres comisiones sustantivas (Consumidor y Consumo, Sustentabilidad, y Cadena de Valor) como a las tres comisiones de soporte (Asuntos Públicos, Asuntos Regulatorios y Reputación), reflejando un avance significativo hacia nuestros objetivos estratégicos.

El año pasado representó un período de desafíos significativos para nuestra organización. Tras la aprobación de nuestra Estrategia Sectorial 2025 por el Consejo Estratégico, iniciamos un proceso de reingeniería en CANIPEC que nos enfrentó a retos fundamentales:

- Transformamos nuestra visión sobre cómo ofrecer apoyo como entidad empresarial a todos nuestros miembros.
- Realizamos una profunda revisión del valor agregado que proporcionábamos.
- Implementamos cambios significativos en nuestra metodología de trabajo y en la cultura organizacional.

Vimos la oportunidad ideal para revisar y potenciar el valor que proporcionábamos a nuestras empresas afiliadas, adaptándonos a las nuevas necesidades del mercado. Esta necesidad de adaptación nos impulsó a consolidarnos como un aliado estratégico esencial, impulsando proyectos que no solo fomentan la competitividad, sino que también ofrecen un firme apoyo a nuestro sector.

Para cumplir con esta misión, reformulamos nuestro enfoque laboral y la cultura organizacional, adoptando la metodología agile que se centra en emplear técnicas diseñadas para mejorar la eficiencia y la calidad en la entrega de resultados. Gracias a esta metodología, nuestros proyectos se vuelven más dinámicos y capaces de adaptarse a cambios imprevistos durante su desarrollo.

Este cambio nos llevó hacia un modelo de trabajo más colaborativo, dejando atrás las estructuras jerárquicas tradicionales. La nueva configuración promovió una autonomía ampliada en la gestión de proyectos clave dentro del sector, beneficiando tanto a los encargados de estas iniciativas estratégicas como a los líderes de soporte de estas.



A lo largo del año, nos enfocamos en adquirir conocimientos y adoptar nuevas prácticas, mientras dejábamos atrás procesos pasados. El equipo mostró una capacidad de adaptación y respuesta excepcional ante las demandas y el nivel de compromiso solicitado. Por este motivo, deseo aprovechar esta ocasión para ofrecer mis más sinceras felicitaciones a todo el equipo de CANIPEC por su dedicación completa y su constante disposición positiva ante los desafíos que implicaron estos cambios en nuestra forma de trabajar.

Durante el 2023, observamos cómo la colaboración, el enfoque en el cliente y la resiliencia se convirtieron en pilares de nuestra fortaleza. Además, estamos en proceso de desarrollo y perfeccionamiento en áreas como la comunicación, la experimentación, el asumir responsabilidades personales (accountability) y en la utilización de herramientas que optimicen nuestro trabajo en proyectos mediante esta metodología agile.

Para finalizar, extendemos nuestro más profundo agradecimiento a todos nuestros afiliados y a nuestro Presidente, Miguel Ángel Marín de la Parra, por su invaluable apoyo y confianza en nuestra organización. Su compromiso con el establecimiento de objetivos ambiciosos refleja una visión que sabemos solo se puede alcanzar colectivamente. Los invitamos a continuar caminando juntos, recordando que el éxito se forja a través de su participación activa, una comunicación clara y abierta de sus necesidades y expectativas y también con el esfuerzo diario dentro de CANIPEC. Unidos, nuestra fuerza y logros se amplifican hacia una meta común.

¡Juntos somos más fuertes y exitosos!



BUSCANDO SER EL ALIADO DE MÉXICO

En CANIPEC, en nuestro esfuerzo por ser un pilar fundamental en el desarrollo de México, estamos buscando ser un aliado estratégico del país, por ello nos enfocamos en:

Impulso a la economía: al representar a las empresas de productos cosméticos y de cuidado personal, jugamos un papel crucial en el desarrollo y fortalecimiento de este sector en México. Al fomentar la inversión, la innovación y el crecimiento de nuestras empresas a filiadadas, contribuimos significativamente al PIB del país.

Generación de empleo: al promover la expansión y el éxito de la industria, ayudamos a crear empleos directos e indirectos, contribuyendo así al bienestar social y económico de los mexicanos.

Regulación y estándares de calidad: colaboramos con el gobierno en la creación y aplicación de regulaciones que aseguran la calidad y seguridad de los productos cosméticos. Esto no solo protege a los consumidores, sino que también eleva el estándar de la industria a nivel nacional e internacional.

Innovación y Sustentabilidad: promovemos la investigación, el desarrollo y la adopción de prácticas sustentables dentro de la industria, lo que contribuye a un desarrollo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

Representación y voz: representamos a la industria de productos cosméticos ante el gobierno, asegurando que sus intereses y preocupaciones sean tomados en cuenta en la formulación de políticas públicas. Esto asegura un diálogo constructivo y colaborativo entre el sector privado y el público, fundamental para el desarrollo económico.

Competitividad internacional: ayudamos a las empresas mexicanas a ser más competitivas en el mercado global, abriendo oportunidades de exportación y posicionando a México como un jugador importante en la industria cosmética mundial.

Somos un aliado de México porque con nuestra labor, buscamos fortalecer la economía, mejorar la competitividad del país, asegurar el bienestar de los consumidores y promover un desarrollo sostenible.

LA INDUSTRIA DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR EN NÚMEROS CIFRAS DEL SECTOR EN 2023

En 2023, el sector del cuidado personal experimentó un notable crecimiento del 4.2%, mientras que el sector del cuidado del hogar registró un aumento del 2.4%. Se anticipa que esta tendencia ascendente continúe a lo largo de 2024 para ambos sectores.

En cuanto a las categorías específicas de cada sector, todas mostraron un desempeño positivo durante el año, acumulando un valor de mercado de 18.6 mil millones de dólares. Este crecimiento fue impulsado principalmente por la categoría de cuidado de la piel dentro del sector de cuidado personal y lavandería en el sector de cuidado del hogar.

Categorías con mayor crecimiento en 2023 para ambos sectores.



Categorías que tuvieron mayor crecimiento en su consumo en 2022			
Cuidado personal	Crecimiento	Cuidado del hogar	Crecimiento
Maquillaje	8.50%	Aromatizantes ambientales	4.10%
Protección solar	8.10%	Lava trastes	3.20%
Cuidado del bebé	7.40%	Lavandería	3.10%

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

El fortalecimiento institucional de CANIPEC se lleva a cabo mediante la operación y colaboración activa de sus seis comisiones, cada una enfocada en áreas clave para el desarrollo y la promoción de la industria de productos cosméticos, de cuidado personal y del hogar.

Estas comisiones trabajan conjuntamente para abordar los retos del sector, fomentar la innovación, garantizar la calidad y seguridad de los productos, y promover prácticas sostenibles y responsables. A través de sus esfuerzos combinados, contribuyen significativamente al crecimiento y la consolidación de CANIPEC como un referente en el sector, potenciando su capacidad para representar y defender los intereses de sus miembros ante diversos stakeholders y reguladores.



COMISIONES LÍDERES

Consumidor y Consumo: profundiza en el entendimiento del contexto, las tendencias y las preferencias de los consumidores con el objetivo de contribuir al crecimiento de los sectores de cuidado personal y cuidado del hogar. Esto se logra mediante la promoción de colaboraciones y sinergias que influyan positivamente en los hábitos de consumo, las buenas prácticas y la optimización del uso de los productos de estas categorías.

Cadena de valor: contribuye al desarrollo del sector de cuidado personal y cuidado del hogar, impulsando su cadena de valor completa mediante la promoción de colaboraciones y sinergias estratégicas.



Sustentabilidad: aporta valor a nuestros afiliados mediante la provisión de asesoramiento, formación, identificación de tendencias emergentes, representación de la industria ante autoridades y consumidores, y fomentando un entorno regulatorio efectivo que favorezca la competitividad del sector. Es un pilar esencial en la estrategia de crecimiento y en el avance económico del sector.

COMISIONES DE SOPORTE

Asuntos Regulatorios: fomenta el crecimiento de la industria cosmética y de productos de limpieza doméstica en México, centrándose en la regulación y en aumentar su competitividad, crea también un entorno propicio para que esta industria mantenga su dinamismo en innovación y desarrollo y busca reconocer la investigación dentro del sector como base para establecer directrices, emitir opiniones y ofrecer asesoramiento, todo en beneficio de los consumidores.

Reputación: fortalece la percepción que los diversos grupos de interés tienen de los sectores de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar y busca posicionar a CANIPEC como un aliado de México.

Asuntos Públicos: genera estrategias relacionadas con asuntos gubernamentales y con audiencias clave de interés, que nos permitan anticiparnos a circunstancias, cumplir o defender los intereses legítimos de la industria de cuidado personal y del hogar, así como construir escenarios basados en información comercial, de tendencias o demandas sociales que puedan afectar de una u otra manera al negocio.

ENTENDIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

Conforme a la estrategia sectorial establecida para el 2025, la Comisión de Consumidor & Consumo enfocó sus esfuerzos en 2023 en profundizar nuestro entendimiento sobre los consumidores. Basándonos en este conocimiento detallado, elaboramos estrategias diseñadas para satisfacer las necesidades y expectativas más significativas dentro del actual contexto sociocultural. Esto nos permite comunicar de manera efectiva la amplia gama de beneficios y valores que los sectores de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar tienen para ofrecer.

En línea con lo mencionado, para el sector de Cuidado Personal, se realizó una exhaustiva revisión de múltiples fuentes de información, incluyendo Mintel, Euromonitor y Kantar Worldpanel, entre otras. Además, desde CANIPEC, se actualizó el estudio sindicado que se llevó a cabo en 2016 para el programa de Responsabilidad Social Sectorial “Belleza y Bienestar”. Esto se hizo con el objetivo de obtener una comprensión más amplia y profunda de los consumidores, identificando las tendencias más impactantes y las oportunidades dentro de las categorías clave para este sector.

Como resultado de la curaduría de la información recopilada, se observa una evolución significativa en el concepto de belleza, que ha trascendido los límites de la apariencia y lo superficial. En la actualidad, este se vincula estrechamente con la autoestima, la seguridad y el autocuidado, adoptando una dimensión más inclusiva y profunda. Ahora, la belleza se concibe como una expresión de amor propio y bienestar integral.

TENDENCIAS EMERGENTES EN EL ÁMBITO DE LA BELLEZA

De manera similar, se identificaron las siguientes 10 tendencias emergentes en el ámbito de la belleza dentro del contexto de un México postpandemia:

1	2	3	4	5
Belleza y salud: de la mano como nunca	Belleza como vehículo para la construcción de salud mental	La importancia del hábito: rutinas y rituales	Hombres y belleza, territorio conquistado	Búsqueda por la funcionalidad
6	7	8	9	10
Personalización eficiente	Canales cómplices: aliados en el punto de venta	Impacto tecnológico	Belleza para todos: democratización de la categoría	Belleza consciente, belleza integral

CUIDADO DEL HOGAR

En el ámbito del Cuidado del Hogar, se recopiló y examinó información proveniente de diversas fuentes destacadas, incluyendo la International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (AISE), el American Cleaning Institute (ACI), Mintel, entre otros. De igual manera, se organizaron reuniones estratégicas con empresas relevantes del sector y, gracias a la iniciativa de CANIPEC, se contó con la colaboración de Euromonitor en una de estas sesiones. El propósito fue compartir valiosos insights sobre el consumidor y tendencias asociadas a las categorías clave, con el fin de impulsar el desarrollo y la implementación del Programa de Responsabilidad Social Sectorial “Cuidando Tu Hogar” a lo largo de 2024.

COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS

En 2023, CANIPEC inició un diálogo con la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM), específicamente con la Dra. Claudia Ávila, Directora de Atención Aduanera y Asuntos Internacionales, marcando el primer encuentro significativo de la industria con esta entidad.

Este paso inicial facilitó la apertura de un canal de comunicación y cooperación con la ANAM, representando un hito y una excelente oportunidad para que nuestro sector colabore estrechamente en la mejora de los procesos comerciales y aduaneros, además de buscar maneras de disminuir costos y tiempos en la liberación de mercancías en las aduanas. Es importante resaltar el papel activo de P&G como líder en este esfuerzo, proporcionando un apoyo fundamental para la Comisión de Cadena de Valor.

Durante las conversaciones con la ANAM, se trataron las principales dificultades identificadas por CANIPEC, basadas en informes de diversas empresas afiliadas. Estos desafíos incluyen revisiones en puntos estratégicos, reducción de los tiempos de despacho y la unificación de criterios en distintas aduanas.

Gracias a este nuevo canal de diálogo con la autoridad aduanera, hemos logrado facilitar la liberación de productos detenidos en revisiones estratégicas para operaciones de miembros como P&G y KENVEU. Este avance contribuye significativamente a la fluidez de sus procesos productivos y comerciales.

PROVEEDURÍA

En el marco de la nueva estrategia sectorial para el período 2020 – 2025 de CANIPEC, la Comisión de Cadena de Valor abordó aspectos clave para reforzar la cadena de suministro y proveeduría del sector. Mediante un análisis realizado a través de entrevistas individuales con diversas empresas afiliadas, identificamos los principales desafíos e impactos en la proveeduría tanto nacional como internacional para la industria, específicamente para ingredientes químicos y naturales, así como para envases y empaques, desafíos como la escasez de proveedores locales, la falta de precios competitivos, la necesidad de proveedores certificados, y los costos asociados a aduanas y logística.

A raíz de estos descubrimientos, y con especial atención en el abastecimiento de envases y empaques plásticos cruciales para la industria, **en 2023 se firmó un acuerdo de colaboración entre**



la **Asociación Nacional de Industrias del Plástico (ANIPAC)** y **CANIPEC**, centrándose en los siguientes puntos:

- **Innovación y rediseño de empaques.**
- **Recolección y acopio de residuos.**
- **Reciclaje.**
- **Alianzas para economía circular.**
- **Comunicación al consumidor.**
- **Fortalecimiento de red de proveeduría.**
- **Capacitaciones y eventos de networking.**
- **Asuntos públicos.**

Con base en dicho convenio, durante el 2024 estaremos estableciendo acciones en conjunto, a fin de que en ambas industrias se reflejen resultados tangibles.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Tras un detallado análisis de múltiples fuentes como: la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), Mintel y Euromonitor y en el que también participó la Comisión de Consumidor y Consumo, se ha identificado una tendencia consistente hacia el crecimiento sostenido en las ventas de productos del sector a través del comercio electrónico.

Tomando como referencia el informe de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) sobre el Hot Sale 2023, los artículos de belleza y cuidado personal figuran entre las cinco categorías con mayores expectativas de compra. Por esta razón, en CANIPEC reconocemos la relevancia del canal digital para el dinamismo del sector, destacando la necesidad de que nuestras empresas afiliadas dispongan de información de valor que les facilite incursionar, beneficiarse y expandir este canal en sus estrategias de venta.

En consecuencia, en 2023, CANIPEC ofreció por primera vez dos talleres sobre comercio electrónico, los cuales cubrieron temas de relevancia impartidos por compañías especializadas y proveedores de servicios en este ámbito, tales como CHAZKI y GRUPO SIAYEC:

- **Buenas prácticas para gestionar la logística y entrega eficiente de productos.**



- Opciones de proveedores de servicios para gestionar una entrega efectiva.
- Ejemplos de soluciones tecnológicas para impulsar el comercio electrónico.
- Uso de bases de datos y servicios de Amazon a través de la nube, como el forecast.
- Opciones de proveedores de servicios tecnológicos.

Es importante resaltar que en estos talleres participaron 14 empresas afiliadas y el 80% de los participantes calificaron como muy buena y útil para sus actividades de comercio electrónico, la información recibida.

4TO INFORME DEL ACUERDO NACIONAL DE LA NUEVA ECONOMÍA DE PLÁSTICOS

La cuarta edición del informe sobre el uso sostenible de envases y empaquetados plásticos en México, presentada tras el compromiso sectorial de diciembre de 2019, destaca avances significativos y desafíos pendientes en el marco del Acuerdo Nacional para la Nueva Economía del Plástico. Este documento se distingue por registrar uno de los mayores niveles de participación global en una iniciativa voluntaria de este tipo, evidenciando un compromiso firme con la sustentabilidad ambiental. La meta compartida de este esfuerzo es lograr hitos medioambientales ambiciosos, incluyendo el aumento sustancial en las tasas de recolección y el uso de materiales reciclados para 2025 y 2030. El objetivo final es asegurar que para 2030, todos los empaques y envases sean reutilizables, reciclables o plenamente aprovechables.

El informe enfatiza las acciones emprendidas por las empresas para garantizar que los envases y empaques, una vez fuera de uso, se reintegren adecuadamente a la economía a través de la reutilización, el reciclaje o la valorización, respaldados por una gestión eficiente. Un ejemplo destacado es el programa desarrollado por CANIPEC para los sectores de Cuidado Personal y Hogar, coordinado bajo su iniciativa GEECI (Grupo Empresarial de Economía Circular).

PROYECTO: PLANEACIÓN DE ESCENARIOS DE RESIDUOS DEL SECTOR

El contexto político, económico y social, tanto a nivel nacional como internacional, juega un papel crucial en el rendimiento de las empresas, especialmente en el ámbito del cuidado personal y del hogar. Este escenario influye directamente en las actividades de CANIPEC, que actualmente se encuentra en un proceso de evolución y fortalecimiento de su estrategia de planificación y toma de decisiones. Resulta esencial que progrese en la ejecución de estrategias y acciones de alto impacto para enfrentar los retos futuros, poniendo especial énfasis en la sustentabilidad y la gestión de residuos, aspectos fundamentales para nuestro sector.

En este sentido, hemos iniciado el Proyecto de Planeación de Escenarios de Residuos del Sector, cuyo propósito es analizar de forma exhaustiva los desafíos y oportunidades que se presentan en su estrategia de sustentabilidad. Este proyecto pone especial atención en la gestión eficaz de residuos y la adaptación a los actuales compromisos ambientales. Nuestro objetivo es elaborar un plan de negocios que acelere la adopción de prácticas sostenibles, beneficiándose de lecciones aprendidas en otros sectores industriales.

La sinergia entre el equipo de CANIPEC y los líderes de las empresas asociadas ha sido crucial en el desarrollo de un plan de negocios visionario. Este plan, enriquecido por la orientación de especialistas, apunta hacia la adopción de un modelo de economía circular específicamente



diseñado para el sector de cuidado personal y del hogar, demostrando el compromiso compartido hacia la innovación y la sostenibilidad.

LOGROS DE CANIPEC RESPECTO DEL MARCO JURÍDICO APLICABLE EN TEMAS DE SUSTENTABILIDAD

A) Reglamento de la Ley de Economía Circular de la Ciudad de México.

En colaboración con distintas organizaciones del sector privado, CANIPEC ha tenido una participación proactiva en la creación del Reglamento de la Ley de Economía Circular de la Ciudad de México. Durante este proceso, ha realizado aportaciones valiosas, ofreciendo comentarios y observaciones detallados que serán cuidadosamente revisados en el marco de las recientes reformas legislativas.

B) Reglamento a La Ley de Economía Circular Querétaro

En el esfuerzo por promover el Reglamento a la Ley de Economía Circular en Querétaro, CANIPEC desempeñó un papel activo en la sesión de parlamento abierto, un evento que convocó a diversas Comisiones. Además, ha mantenido un seguimiento constante, alineándose con las acciones de otros representantes del sector privado para fortalecer la iniciativa.

C) Reforma de Ley de Residuos del Distrito Federal en Materia de Mecanismos de Revalorización y Recuperación de Botellas de Plásticos.

El 4 de octubre, la Comisión de Preservación del Medio Ambiente de la Ciudad de México dio luz verde a un proyecto que propone reformas a la Ley de Residuos, centrándose en la revalorización y recuperación de botellas de plástico. CANIPEC ha seguido de cerca este avance legislativo, manteniéndose informado sobre sus implicaciones. Paralelamente, nuestra Comisión de Sustentabilidad ha elaborado un documento de posición respecto a esta reforma, con el objetivo de compartirlo con los actores relevantes y prepararse para su eventual discusión en el pleno del Congreso.

CUIDADO PERSONAL

Aplicación práctica de la Norma Oficial Mexicana NOM-259-SSA1-2022, PRODUCTOS Y SERVICIOS. Buenas Prácticas de Fabricación en Productos Cosméticos.

El miércoles 13 de julio, alcanzamos un hito importante al conseguir que la COFEPRIS emitiera el comunicado (Oficio No. COFEPRIS-CFS-285-2023), proporcionándonos claridad sobre la implementación práctica de la NOM, que había entrado en vigor el 6 de julio de 2023. Esto está en línea con nuestro objetivo estratégico en CANIPEC de prevenir obstáculos regulatorios que puedan afectar la operación del sector. Es crucial destacar que, a pesar de las propuestas y medidas iniciales planteadas por la Autoridad Sanitaria, desde CANIPEC logramos lo siguiente:

- 1. Eliminar cargas administrativas adicionales para los productos importados.**
- 2. Mantener la vigencia de 5 años de los certificados de buenas prácticas de fabricación para apoyo a la exportación.**
- 3. Que los certificados de buenas prácticas de fabricación para apoyo a la exportación emitidos previamente a la entrada en vigor de la NOM mantengan la vigencia con la cual fueron otorgados.**
- 4. Que los certificados de buenas prácticas de fabricación se mantengan como apoyo a la exportación y no sean de carácter obligatorio.**



INICIATIVA-PROHIBICIÓN DE PROTECTORES SOLARES QUÍMICOS EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO

En CANIPEC, brindamos seguimiento y atención detallada a la propuesta de la Diputada Maritza Basurto (MC), que tenía como objetivo prohibir el uso de protectores solares químicos en el Estado de Quintana Roo y promover los protectores solares biodegradables. Es importante destacar que, gracias a varios acercamientos realizados a través del Grupo de Especialistas Parlamentarios (GEP) con el apoyo de la Comisión de Asuntos Públicos y al informe de posición elaborado en la Comisión de Asuntos Regulatorios y Sustentabilidad, logramos influir en la redacción del Decreto. Este fue publicado en el Periódico Oficial del Estado el 22 de diciembre de 2023, evitando así una prohibición que hubiera representado un obstáculo técnico para el comercio.

EVENTOS Y CAPACITACIONES

WORKSHOP NOM-259-SSA1 2022, Buenas Prácticas de Fabricación en productos cosméticos

El taller sobre la NOM-259-22A1 2022 se realizó exitosamente, contando con la amplia participación de empresas tanto afiliadas como no afiliadas a la industria. La Q.F.B. Columba Hernández, fundadora de CH-Regulatory Shielding, fue la encargada de impartirlo. Esta sesión, realizada de manera remota, proporcionó a las empresas herramientas esenciales, información crucial y soporte para prepararse adecuadamente para una auditoría según los criterios establecidos por la NOM.

14° Seminario Internacional “La Ciencia detrás del cuidado personal y cuidado del hogar.

Este año, en CANIPEC, decidimos implementar un nuevo formato para nuestro Seminario Internacional, el cual se realizó con éxito. Se trató de una sesión de capacitación presencial dirigida a profesionales del sector de cuidado personal y del hogar, llevada a cabo los días 12 y 13 de octubre.

El evento cubrió temas estratégicos como:

- **Tendencias:** innovación de ingredientes, formulaciones y necesidades del consumidor.
- **Regulación:** ecoetiquetado de productos de cuidado del hogar, así como la quimiofobia y el consumidor.
- **Comercio Exterior:** MoCRA y cumplimiento del CFDI con cumplimiento de carta porte.
- **Sustentabilidad:** economía circular y consumo responsable del agua.

Contamos con la participación de 8 ponentes nacionales e internacionales, quienes compartieron información de gran valor para el sector de cuidado personal y cuidado del hogar.

NUEVA VISIÓN EN MATERIA DE REPUTACIÓN Y POSICIONAMIENTO SECTORIAL

Dentro del marco de la nueva estrategia sectorial, se creó la Comisión de Reputación, destinada a consolidar a CANIPEC como un aliado estratégico de México, fortaleciendo la percepción que los diversos grupos de interés tienen sobre los sectores de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar. Durante el 2023 el trabajo se enfocó en:

- Realizar un análisis detallado de la reputación del sector, considerando la perspectiva de los stakeholders, con la colaboración de la agencia ARCONTE. Este estudio buscó identificar las problemáticas comunes dentro de las categorías de cuidado personal y del hogar, reconocer los puntos críticos y, mediante un taller, reexaminar las iniciativas internas a la luz de nuevos indicadores. Los resultados revelaron hallazgos significativos que se integraron en una estrategia de posicionamiento, respaldada por la comunicación institucional y los asuntos públicos para este 2024.
- Se desarrollaron iniciativas y estrategias para elevar el perfil del sector entre las que se encuentra el foot print sectorial y nuevo wording. Con el respaldo del departamento de comunicación institucional, se implementaron diversas herramientas de promoción para destacar el foot print, como el video conmemorativo del 45 aniversario de CANIPEC, en el cual se puso especial énfasis en la nueva narrativa y el impacto positivo generado por los programas de responsabilidad social del sector.
- Se apoyó en las diferentes iniciativas que se hicieron dentro de la estrategia de relaciones públicas por parte de comunicación institucional para coordinar trabajos enfocados a posicionar la nueva narrativa:

“CREAMOS UNA BELLEZA E HIGIENE RESPONSABLE PARA TU BIENESTAR”

EVENTOS Y CAPACITACIONES

Día de la Industria: 45 años juntos.

Este año, CANIPEC adoptó un enfoque renovado para sus eventos, respondiendo a las necesidades y preocupaciones de sus miembros. Se optó por crear un foro de intercambio de ideas y conferencias de alto nivel, dirigido a directores generales y directores de área, todo dentro del marco conmemorativo del aniversario de la Cámara.

El encuentro tuvo lugar en Hacienda Cantalagua, destacando por las intervenciones de Edmundo Jacobo Molina, Ex Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral, y del periodista y economista



Roberto Aguilar. Asimismo, se reconoció la trayectoria de empresas con 45 años de participación en el sector, tales como Cosmética, Grisi, Revlon, Sintoquim, Francobel y Stanhome.

NUEVA ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

Dentro de la estrategia, se promovieron iniciativas a través de Recursos Humanos para fortalecer la adopción de la nueva metodología ágil y su integración en el trabajo y proyectos de los colaboradores de CANIPEC.

El sistema de evaluación del personal evolucionó, reflejando así la nueva metodología adquirida y con un enfoque en el self awareness, accountability y advocacy, sin dejar de lado las competencias esenciales para CANIPEC, que forman parte de su filosofía: orientación al cliente, comunicación efectiva, trabajo en equipo, organización-planeación y resiliencia.

La Comisión en Asuntos Públicos, trabajó durante el año, realizando un total de 7 reuniones estratégicas para generar sinergias que permitieran influir de manera positiva en la reputación y desarrollo del sector.

En materia legislativa se realizó el análisis y documentos de postura sectoriales, coordinando al equipo en temas de sustentabilidad, medio ambiente, salud, asuntos regulatorios, cadena de valor, consumo y consumidor y el aspecto laboral, el objetivo era sensibilizar e influir en la modificación de los textos legislativos propuestos tanto en los Congresos Locales como en el Federal, a través de las iniciativas de reforma presentadas.

SUSTENTABILIDAD

En el ámbito de sustentabilidad y medio ambiente, hemos abordado con determinación las iniciativas relativas a la economía circular. Este enfoque nos permitió establecer conexiones estratégicas con actores fundamentales en la Ciudad de México, colaborando activamente en la creación del reglamento para la Ley de Economía Circular de dicha ciudad. Además, logramos que se consideraran nuestros planteamientos para la homologación respecto a la ley de economía circular de la Ciudad de México, en los estados de Oaxaca y Querétaro, demostrando nuestro compromiso con la expansión de prácticas sostenibles a nivel nacional.

En este contexto, es importante destacar el papel crucial que CANIPEC ha desempeñado en la articulación de estrategias efectivas para incidir actores clave. Nuestro objetivo ha sido no solo sensibilizar, sino también influir de manera significativa en el proceso legislativo relacionado con las leyes y reglamentos de economía circular a nivel estatal. Gracias a estos esfuerzos, hemos conseguido fortalecer nuestra presencia e impacto en la discusión y desarrollo de políticas de sustentabilidad.

CADENA DE VALOR

En el contexto de la cadena de valor, la Comisión en Asuntos Públicos ha trabajado de manera colaborativa para asegurar que sus afiliados estén bien informados y al día sobre los avances en la estrategia diseñada para interactuar efectivamente con la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM). Esta colaboración se ha llevado a cabo específicamente a través de la Dra. Claudia Ávila Connelly, Directora General de Atención Aduanera y Asuntos Internacionales, y su equipo. El objetivo ha sido trabajar conjuntamente para aportar información relevante sobre las problemáticas y los



impactos que enfrenta la industria durante el proceso de despacho aduanero de mercancías, fortaleciendo así el diálogo y la cooperación para mejorar las operaciones aduaneras.

CONSUMO Y CONSUMIDOR

La Comisión en Asuntos Públicos, en colaboración estrecha con la Comisión de Consumidor y Consumo, han realizado esfuerzos conjuntos para desarrollar e implementar estrategias orientadas a influir en actores clave en relación con las publicaciones de la revista del consumidor emitidas por PROFECO en el mes de julio. Gracias al apoyo de GEP, se organizó un encuentro con el Lic. Francisco Javier Chico Goerne, Subprocurador de Verificación y Defensa de la Confianza, y su equipo. El propósito de esta reunión fue establecer al sector como un colaborador estratégico y fomentar un ambiente de cooperación mutua.

Algunos otros temas que han destacado, son con relación a iniciativas presentadas en la Cámara de Diputados en materia de publicidad, entre las cuales, se encuentra una que pretende eliminar la publicidad sexista y acciones de violencia, para la cual, la Comisión en Asuntos Públicos con apoyo de la Comisión de Consumidor y Consumo, trabajaron en una estrategia para incidir con actores relevantes dentro del congreso, a quienes se les compartió a través de GEP, una propuesta de redacción para que se contemple lo establecido en la legislación aplicable, en este sentido, la CAP, con apoyo de GEP, ha mantenido informada y actualizada a su membresía sobre el avance de la iniciativa.

CONSEJO CONSULTIVO DE PUBLICIDAD COFEPRIS

La Comisión en Asuntos Públicos, con el apoyo de la Comisión de Consumidor y Consumo, desarrollaron una estrategia que le permita al sector incidir en las mesas de trabajo que se instalen a través de las personas que conforman el consejo. Un aspecto clave ha sido fortalecer las relaciones con figuras destacadas, como Patrick Devlyn, miembro del consejo y presidente de la Comisión de Salud del Consejo Coordinador Empresarial. A él, en particular, se le ha expresado el interés de CANIPEC por aportar con su experiencia y conocimiento en los temas de publicidad. Asimismo, mantenemos informados y actualizados a nuestros afiliados sobre el monitoreo en los avances presentados en el consejo, para generar sinergias con diversos actores, con el objetivo de incidir en la toma de decisiones.

REGULACIÓN SANITARIA

En el ámbito de la regulación sanitaria, uno de los asuntos que sobresalió fue la propuesta legislativa en el Congreso de Quintana Roo, enfocada en prohibir el uso de protectores solares en la región. Ante esto, CANIPEC implementó una estrategia de acercamiento con figuras clave dentro del congreso



local. Inicialmente, se estableció contacto con la Secretaria General del Congreso, Lic. Euterpe Gutiérrez. Además, se programó una reunión presencial en el congreso con la Presidenta de la Comisión de Medio Ambiente y Cambio Climático, Diputada Andrea González Loria, y su equipo, con el objetivo de sensibilizar al respecto de la importancia del uso de protectores solares, asimismo, para promover campañas y programas de concientización para fomentar el uso correcto.

Este enfoque estratégico nos permitió influir significativamente en la modificación de la ley propuesta, evitando la inclusión de la prohibición del uso de protectores solares y de ciertas sustancias químicas en la región. Además, conseguimos que se incorporara íntegramente la propuesta de redacción elaborada por CANIPEC para modificar el texto final aprobado por el congreso para referenciar las disposiciones a la normatividad aplicable.

Otros de los temas que han destacado, son con relación a pruebas cosméticas en animales, en este aspecto, CANIPEC ha mantenido informados y actualizados a sus miembros sobre las iniciativas presentadas en el congreso local de Nayarit y en la Cámara de Diputados para promover legislación en materia de bienestar animal. Por lo anterior, la Comisión en Asuntos Públicos con apoyo de la Comisión de Asuntos Regulatorios, trabajaron en una estrategia para plantear la modificación de los textos propuestos a través de diversos acercamientos con actores clave y un documento posición que hiciera referencia a la legislación aplicable. Temas que se encuentran vigentes y monitoreado con apoyo de GEP.

ESTRATEGIA DE ACERCAMIENTO CON PRECANDIDATAS PRESIDENCIALES

La Comisión en Asuntos Públicos trabajó en conjunto con la Comisión de Reputación una infografía que contiene información relevante del sector, con el objetivo de generar acercamientos proactivos con las precandidatas presidenciables y sus equipos de trabajo y buscar posicionar al sector como un aliado estratégico para la siguiente administración gubernamental.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para CANIPEC, la Responsabilidad Social representa un firme compromiso con el desarrollo sostenible de nuestra industria. Nos esforzamos por garantizar que todas las operaciones y productos no solo se adhieran a las regulaciones y estándares de calidad y seguridad, sino que además impulsen prácticas éticas y sostenibles en beneficio tanto de la sociedad como del medio ambiente.

Es por esto que hemos liderado y participado en varios programas de Responsabilidad Social, todos diseñados con el propósito de fomentar un enfoque ético en nuestro sector.

A continuación, detallamos estas iniciativas, las cuales subrayan el papel crucial de la industria en la generación de un impacto positivo y transformador en la sociedad y en el medio ambiente.



LUZCA BIEN...SIÉNTASE MEJOR: 10 AÑOS DE APOYAR A MUJERES MEXICANAS CON CÁNCER

El programa internacional "Luzca Bien... Siéntase Mejor" celebró recientemente su décimo aniversario en México, una década dedicada a fortalecer el bienestar psicoemocional de mujeres diagnosticadas con cáncer. Esto ha sido posible gracias al inestimable apoyo y colaboración de instituciones médicas, asociaciones, organizaciones civiles y empresas del sector, logrando impactar la vida de más de 3,600 pacientes en nuestro país.

Concluimos otro año en el que hemos logrado influir positivamente en la vida de 686 pacientes, gracias a la realización de 55 talleres en diversas ciudades de la República Mexicana, incluyendo Ciudad de México, Estado de México, Durango, Veracruz, Pachuca, Hidalgo, Querétaro, Mérida, Tijuana, Chihuahua, Tuxtla Gutiérrez y Guadalajara.

2023, fue un año en el que continuamos fortaleciendo nuestras alianzas con más de 17 aliados a nivel nacional, reactivando al 100% los talleres presenciales tanto en la zona metropolitana como en sedes foráneas. Esto ha sido posible gracias al invaluable soporte de nuestra extensa red rosa de voluntarios, quienes están profundamente comprometidos con la misión y los objetivos de este programa de responsabilidad social.

A lo largo del año, "Luzca Bien... Siéntase Mejor" ha recibido donaciones que incluyen más de 200 cosmetiqueras y 6,000 productos cosméticos y de cuidado personal, elementos esenciales para armar el kit rosa que entregamos gratuitamente a las pacientes. Este kit les permite seguir el proceso paso a paso del taller de oncoimagen. Es crucial destacar que el apoyo continuo de las empresas del sector, tanto económico como en especie, es fundamental para permitirnos ofrecer más talleres y beneficiar a un mayor número de mujeres que se encuentran en tratamiento oncológico.



EVENTO ROSA 2023

Teniendo como marco la celebración de nuestro décimo aniversario, el Evento Rosa 2023 se llevó a cabo de manera presencial, reuniendo a pacientes invitadas, colaboradores, personalidades públicas y representantes de empresas patrocinadoras del sector. Juntos, compartimos una tarde llena de alegría, emociones y experiencias memorables, celebrando el impacto positivo que este valioso programa ha tenido en la vida de muchas mujeres valientes y extraordinarias.

Este año, otorgamos la presea "Benefactor Sostenido" a AVON, COLGATE, GRISI, L'ORÉAL y NATURA, en reconocimiento a su constante y valioso apoyo a lo largo de una década hacia la causa de LBSM. ¡Nuestra más profunda gratitud por su compromiso!

El evento también incluyó una especial sesión de oncoimagen, donde tres pacientes experimentaron de primera mano la transformación que se vive en un taller, con cambios de imagen realizados por maquillistas y voluntarios de Zermat Internacional, Lancôme y CRODA. Este momento fue una oportunidad para resaltar su belleza y proporcionarles herramientas que les permitan sobrellevar los efectos secundarios de su tratamiento.

Adicionalmente, llevamos a cabo nuestro 4to. magno taller virtual, con más de 100 mujeres conectadas en vivo y 145 pacientes participando presencialmente desde diversas sedes, incluyendo Chiapas, Querétaro, CDMX y Edomex. La transmisión ha logrado más de 1500 visualizaciones hasta la fecha y continúa disponible para ser disfrutada por nuestra comunidad.





PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL CANIPEC (PROGRAMA DE BECARIOS)

Para CANIPEC, fomentar la capacitación y el crecimiento profesional de los jóvenes constituye un pilar esencial de nuestra Responsabilidad Social. Nos esforzamos por ser un semillero de talento y una plataforma de lanzamiento para estudiantes apasionados por el sector, ofreciéndoles la oportunidad de adquirir habilidades y conocimientos que les abrirán puertas en el ámbito laboral.

Nuestro programa de becarios es un servicio de CANIPEC que genera vínculos de colaboración entre corporativos empresariales afiliados e instituciones académicas, esto con el fin de fomentar la participación y desempeño de estudiantes de diversas carreras universitarias.

Al concluir el año 2023, los logros alcanzados a través de este programa han sido excepcionalmente positivos, cumpliendo con nuestro objetivo presupuestario y superándolo por un impresionante 35%.

Actualmente nos enorgullece contar con 55 becarios activos colocados en 7 empresas afiliadas a CANIPEC.

Este programa ofrece a las empresas un bajo costo de operación y una propuesta competitiva para la selección y gestión de becarios dentro de sus organizaciones. Las empresas se benefician de la colaboración de ellos, quienes ayudan a aligerar la carga administrativa en diversos departamentos y a llevar a cabo proyectos especiales que requieren una dedicación específica. Al mismo tiempo, estos corporativos desempeñan un rol activo en el desarrollo profesional de la juventud mexicana, contribuyendo significativamente a su formación y preparación para el futuro.



REPORTE ANUAL BELLEZA Y BIENESTAR (BYB) 2023

En 2023, el programa Belleza y Bienestar celebró su octavo aniversario, posicionándose como el programa de Responsabilidad Social Sectorial de Cuidado Personal. Nos dirigimos firmemente hacia el objetivo de ser la referencia de información veraz y confiable para consumidores, influencers y medios de comunicación. En una demostración de colaboración y unidad, 12 empresas afiliadas se unieron para celebrar este hito con un evento que destacó por su pasarela inclusiva, celebrando el amor propio. Asistieron 23 influencers y 7 medios de comunicación, generando un Ad equivalence superior a los 2.9 millones, alcanzando a más de 8.5 millones de personas en nuestra audiencia objetivo, con 67 menciones en medios y 184 publicaciones en redes sociales por parte de los influencers involucrados.

A través de este evento, el programa Belleza & Bienestar, junto con sus empresas afiliadas y CANIPEC, reafirma el compromiso inquebrantable de la cámara y la industria con el fomento del amor propio y la inclusión como los nuevos estándares de belleza y bienestar, principios que buscamos inculcar en toda la sociedad.

El objetivo principal de Belleza & Bienestar es educar e informar al consumidor mediante contenidos prácticos y relevantes para su día a día, promoviendo así un consumo consciente y la preferencia por productos del mercado formal, garantizando la seguridad y el bienestar de los consumidores.

La evolución del programa se refleja mediante nuevos formatos de comunicación, sinergias de colaboración con asociaciones, medios e influencers, así como la realización de 2 a 3 transmisiones en vivo multiplataforma al mes, resaltando temas esenciales como la autoestima y la salud. El objetivo es fomentar una comunidad más dinámica y comprometida que valore la dedicación de las marcas por el bienestar del consumidor.

Además, nos esforzamos por renovar y enriquecer nuestros métodos de comunicación (incluyendo formatos como carruseles, video nuggets y reels) para proveer al consumidor datos precisos y significativos sobre las variadas categorías de cuidado personal.

La evaluación anual de Belleza y Bienestar, que abarca desde agosto de 2022 hasta julio de 2023, arrojó los siguientes resultados:

- 35 millones de impactos en las diferentes plataformas del programa (Facebook, Instagram, X, YouTube).
- Más de 9.9 millones de interacciones por parte del usuario (comentarios, reacciones, compartidos).
- Se registraron 770 K sesiones, con 462,8 K usuarios, estimando una duración media por sesión de 03:25 minutos, lo que indica que los usuarios leen más de un contenido y exploran el sitio.



A lo largo del año, también se implementaron diversas actividades de Relaciones Públicas: entrevistas, reportajes, diálogos digitales por parte de medios e influencers, y trivias, todas diseñadas para enriquecer al consumidor con información relevante a través de canales tradicionales y digitales.

Es importante destacar nuestras colaboraciones con medios Tier 1, incluyendo Revista MOI, InStyle, GLAMOUR, COSMOPOLITAN, Forbes, El Economista, El Financiero, El Universal, Milenio y Radio Fórmula, entre otros; estas alianzas nos han permitido alcanzar resultados sobresalientes, impactando a una audiencia de más de 63 millones de personas y logrando un Ad Equivalence de \$8.1 millones de pesos. Superamos en un 43% nuestro objetivo de cobertura en medios de comunicación top, el 90% de estas publicaciones fueron on-line. Además, gracias a los eventos presenciales organizados en colaboración con algunas de las marcas participantes en el programa, se generaron 373 publicaciones de influencers en redes sociales, ampliando significativamente nuestro alcance y visibilidad.

GRUPO EMPRESARIAL EN ECONOMÍA CIRCULAR (GEECI)

En 2023, se continuó con la ejecución del Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos Post-Consumo de Envases y Empaques en la Industria del Cuidado Personal y del Hogar, liderado por el Grupo Empresarial en Economía Circular (GEECI). Este grupo, integrado por empresas del sector, actúa como un mecanismo de gestión integral para los residuos sólidos post-consumo, promoviendo su recolección y reintegración en la economía mediante la reutilización, el reciclaje y el aprovechamiento. El Plan detalla las estrategias, acciones y programas diseñados para fomentar la consecución de objetivos, metas y compromisos derivados del Acuerdo Nacional para la Nueva Economía de los Plásticos, suscrito por CANIPEC en representación de la industria, y alineado con las disposiciones de la Ley General de Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR), con el fin de avanzar hacia una economía circular para estos productos.

Entre los logros obtenidos en el primer año de acciones de acopio 2023 se encuentran:

La firma de un convenio con 7 centros de acopio localizados dentro del Estado de Quintana Roo.

Dichas alianzas se consolidaron con: Ecotrust, SMEC, Recicladora del Caribe, Resiplastic, Recicun, Grupo Maremex y Tulum Circula, ubicados en 3 diferentes municipios del Estado: Cancún, Solidaridad (Playa del Carmen) y Tulum.

El objetivo principal de estas acciones fue promover el acopio de residuos plásticos como el Polietilentereftalato (PET), el Polietileno de Alta Densidad (PEAD), el Polipropileno (PP), y el Polietileno de Baja Densidad (PEBD), asimismo, residuos de Aluminio y vidrio cosmético.



Desde GEECI, se establecieron y mantuvieron alianzas estratégicas con actores clave para favorecer, a mediano plazo, el logro de nuestros objetivos de recolección. Entre estas colaboraciones destacan:

- La alianza con la Recicladora Culiacán, un importante Centro de Acopio ubicado en el Estado de Sinaloa.
- La colaboración con el Municipio de Huixquilucan en el Estado de México, enfocada en la recuperación de materiales plásticos como el Polietileno de Alta Densidad (PEAD) y Polipropileno (PP).

Además, GEECI tuvo una participación activa en 4 eventos significativos, incluyendo:

- Dos jornadas de recolección en el Municipio de Huixquilucan, enfatizando la importancia de la gestión de residuos en la comunidad local.
- Dos presencias destacadas en stands de ferias ambientales en Cuautitlán Izcalli y Toluca, Estado de México, donde se promovió la concienciación y educación ambiental entre los asistentes.



Dentro de nuestra estrategia de comunicación, se llevaron a cabo entrevistas institucionales orientadas a destacar los logros alcanzados y las metas propuestas para el 2023. Esta iniciativa se complementó con la publicación de comunicados de prensa en plataformas digitales, junto con la amplia difusión de dichas entrevistas, para asegurar una cobertura efectiva.



RESULTADOS GENERALES

- **4,547.04 toneladas acopiadas**
- **4 jornadas de acopio**
- **9 Centro de acopio**
- **19 empresas**
- **+ 24 publicaciones en medios/redes sociales**



FORTALECIENDO LOS CIMIENTOS DE NUESTRA CÁMARA

IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA SECTORIAL 2025

Tras la aprobación de la estrategia sectorial 2025 en octubre del 2022, se inició su implementación realizando acciones clave en los siguientes rubros:

TRANSFORMACIÓN EN LA FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL Y EN LA METODOLOGÍA DE TRABAJO A TRAVÉS DEL ENFOQUE AGILE

Para lograr esta transición, fue necesario realizar un trabajo preparatorio que explicara en qué consistía este cambio y los beneficios que aportaría a la organización, tales como el fomento de la autogestión de los equipos, la eliminación de barreras interdepartamentales, y la promoción de una mentalidad de autoconciencia y responsabilidad personal. Centrándonos en el empoderamiento del equipo, hemos observado un notable aumento en el compromiso y la motivación de los miembros, lo cual es un resultado altamente positivo de este proceso de cambio.

MEJORA DE LA COMUNICACIÓN EN EQUIPO

Se pusieron en marcha iniciativas de comunicación diseñadas tanto para crear como para fortalecer vínculos de proximidad y confianza. Se establecieron reuniones ejecutivas semanales para la actualización de proyectos transversales, así como espacios dedicados a la retroalimentación, co-creación, exposición de problemas que obstaculizan el progreso y la solicitud de apoyo entre los miembros del equipo para superar dichos obstáculos. Además, se organizaron reuniones específicas en situaciones donde se identificó una falta de claridad en algún tema, asegurando así una comprensión y coordinación efectivas.

PRESUPUESTO Y PLANIFICACIÓN

Se asignó un monto adicional al habitual para financiar capacitaciones dirigidas al equipo y para contratar el apoyo de un experto externo especializado en Recursos Humanos y metodologías ágiles. Afortunadamente, no fue necesario recurrir a fondos adicionales más allá de lo previamente presupuestado para alcanzar satisfactoriamente este objetivo.

IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE OPTIMIZACIÓN O FORTALECIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS

Estas iniciativas incluyeron la redistribución de las cargas de trabajo, el aprovechamiento de las capacidades del equipo y la incorporación de nuevas posiciones. Entre las medidas implementadas, destacan la creación de un nuevo modelo para la organización de eventos, la contratación de un gerente de asuntos públicos y otro gerente encargado del plan de manejo de residuos post-consumo del sector. Además, miembros de apoyo transversal asumieron nuevos desafíos en el ámbito de los recursos humanos y liderazgo de proyectos que previamente eran gestionados por otros miembros del equipo. También se implementó un programa de coaching para los nuevos empleados con el fin de acelerar su adaptación y reducir la curva de aprendizaje respecto a la operativa y cultura de trabajo.



CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS 2023

Alineados a la estrategia 2025 y gracias a las acciones previamente detalladas, conseguimos alcanzar el 86% de los objetivos de la agenda prioritaria. Este logro abarca tanto a las tres comisiones sustantivas (Consumidor y Consumo, Sustentabilidad, y Cadena de Valor) como a las tres comisiones de soporte (Asuntos Públicos, Asuntos Regulatorios y Reputación), reflejando un avance significativo hacia nuestros objetivos estratégicos.

REPRESENTACIÓN INTERNACIONAL DE CANIPEC

Con el objetivo de mantener y elevar la competitividad del sector desde una mayor perspectiva social, de gobernanza y de cuidado del medio ambiente, Carlos Berzunza tomó la Presidencia Ejecutiva de CANIPEC.

Estos cambios en la estructura corporativa de nuestra organización van encaminados a cumplir las metas que nos hemos trazado para 2025 en materia ambiental, social y de crecimiento de la industria.

En su nuevo rol, el Presidente Ejecutivo contribuye significativamente en la representación nacional e internacional de la organización, fortaleciendo y potenciando los esfuerzos de CANIPEC, así como apoyando el desarrollo y la competitividad de nuestro sector.

2023, fue un año muy intenso en cuanto a presencia internacional representando a México y la Región:

Se alcanzó un nivel de colaboración sin precedentes con Personal Care Products Council (PCPC) que juega un papel crucial en el apoyo y la promoción de una industria de cuidado personal dinámica, innovadora y en crecimiento, asegurando que las necesidades y preocupaciones de la industria sean comprendidas y consideradas en el ámbito regulatorio y legislativo.





Se ha logrado una gran cercanía colaborativa con las Entidades Reguladoras de Productos de Aseo Personal, marcando un hito. Esta cercanía refuerza el compromiso compartido de promover un entorno propicio para el desarrollo y la innovación en la industria.





Establecimos una gran relación con Cosmetics Europe, este vínculo refleja nuestro compromiso conjunto por fomentar el desarrollo y la innovación en la industria cosmética.



Hemos forjado lazos con otros organismos internacionales como:

- IFRA (International Fragrance Association)
- ICCS (International Chamber of Commerce Services)
- ECB (European Central Bank)
- STANPA (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España)
- IKW (Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.) Asociación de la Industria de Productos de Cuidado Personal y Detergentes en Alemania

Estas relaciones reflejan nuestro compromiso con la colaboración global y el intercambio de conocimientos en la industria del cuidado personal y cosméticos.

Con el objetivo de bordar y fomentar aspectos cruciales para el sector a nivel mundial, realizamos un taller global; un espacio para que expertos nacionales e internacionales compartieran sus experiencias y mejores prácticas, esto representó una gran oportunidad de actualización sobre las últimas tendencias y normativas.



NUESTROS COMPROMISOS A MEDIANO Y LARGO PLAZO

Los compromisos de CANIPEC, se centran en objetivos estratégicos que buscan promover el crecimiento sostenible de nuestra industria, así como responder a los desafíos y oportunidades emergentes.

SEGUIR FORTALECIENDO EL USO DE PRODUCTOS SEGUROS Y ACCESIBLES

Poner en el centro la seguridad del consumidor desarrollando productos e ingredientes que cumplen con las mejores prácticas globales y la legislación sanitaria local.

SER UNA INDUSTRIA INCLUYENTE

Promover la diversidad, el respeto y la atención de diferentes necesidades y preferencias, sin estereotipos.

CONTRIBUIR A LA SALUD DE LAS PERSONAS FOMENTAR EL AUTOCUIDADO

Con hábitos y rutinas a través de productos de higiene, limpieza y belleza que contribuyen y preservan la salud integral (física y mental).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL MEDIO AMBIENTE

Generar estrategias para el cuidado del medio ambiente y biodiversidad a través de cadenas de valor sostenibles (que va desde pensar, desarrollar y distribuir el producto al mercado).



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para seguir fortaleciendo a nuestra organización, en el 2023 implementamos un plan de comunicación estratégica diseñado para:

- Incrementar la presencia de la industria y CANIPEC en los canales relevantes.
- Desarrollar contenidos atractivos y oportunidades de interacción que fomentaran una mayor participación con nuestras audiencias clave.
- Establecer mecanismos proactivos para estar atentos y responder a la percepción pública y las opiniones sobre la industria.
- Mantener a nuestras audiencias informadas acerca de nuestras actividades, decisiones y resultados, construyendo confianza a través de la apertura y la honestidad.
- Impulsar y apoyar la implementación de nuestras estrategias y proyectos clave, asegurando que nuestros mensajes refuercen nuestros objetivos estratégicos.

Estas acciones nos dieron como resultado 113 publicaciones en medios relevantes, todas dirigidas a resaltar nuestras iniciativas, logros y la importancia de nuestro trabajo para la industria y la comunidad en general, a través de ellas logramos generar un total de 17.1 millones de impactos, lo que tradujo en una equivalencia publicitaria valorada en \$3,000,000. Este resultado se debe a una comunicación estratégica bien orientada y a la importancia de construir relaciones sólidas con los medios para maximizar el impacto de nuestras acciones.

CONSEJO DIRECTIVO

Juega un papel crucial en asegurar que CANIPEC sea una organización dinámica y relevante, capaz de adaptarse a los cambios del mercado y de liderar la industria hacia el futuro.

CONSEJEROS PROPIETARIOS	CONSEJEROS SUPLENTE
Beiersdorf	Industrias Sintoquim
Natura Cosmetics	Fedele
Pierre Fabre	Grisi Hnos.
Sisley París de México	Aspid
Kenvue	Clorox
Wella	Estee Lauder México
Gama Cosmetics	BASF
Jafra	Henkel
Colgate-Palmolive	Seytú
Avon Cosmetics	Zermat Internacional
Stanhome	Amway
Kimberly-Clark	Ac Marca

VOCALES
Francobel
Revlon
Cosméticos Trujillo
Perfumerie Versailles
Unilever
L'Oréal
Combe
Procter & Gamble
Edgewell Personal Care

MESA DIRECTIVA

Asegura que la cámara opere de manera efectiva y representativa, con el fin de apoyar el crecimiento y la prosperidad de la industria. Es responsable de tomar decisiones clave que afectan a la organización y a sus miembros, asegurando que CANIPEC cumpla con su misión de representar, promover y defender los intereses del sector.

EMPRESA
Sintoquim
L'Oreal
P&G
Jafra
Genomma Lab
Grisi Hnos.
Croda
Fedele
Zermat Internacional
Natura



2023 nos enseñó el valor de la adaptabilidad, la importancia de la colaboración y la fuerza que se encuentra en la unidad.

¡G R A C I A S!

Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y Asociación Nacional de la Industria de Productos de Cuidado Personal y del Hogar A.C.

www.canipec.org.mx