

# Comunidade colombiana é exemplo de empoderamento feminino

 **BASF**  
We create chemistry

**Case:** Comunidade colombiana é exemplo de empoderamento feminino

**Solução:** Empowered Women, uma iniciativa de valor compartilhado

**Segmento:** Corporativo

## Desafio

Como empoderar mulheres de diferentes situações vulneráveis e de baixa renda no Norte da Colômbia, com a promoção do empreendedorismo social, do empoderamento feminino e da consciência ambiental?



## A BASF tem a resposta... ... mas antes, um pouco de letramento.

Em uma sociedade global em que as mulheres precisam lidar diariamente com a desigualdade de gênero nos mais diversos âmbitos, desde oportunidades de estudo até planos de carreira, iniciativas que incentivam o empoderamento feminino são fundamentais.

Empoderamento feminino é a consciência coletiva, independentemente do gênero da pessoa, expressada por ações para fortalecer o papel das mulheres e desenvolver a equidade de gênero na sociedade.



## Agora, a BASF

Nesse sentido, o Empowered Women é uma iniciativa de valor compartilhado focada em empoderar mulheres de diferentes situações vulneráveis e de baixa renda na cidade de Santa Marta, na região Norte da Colômbia, que se tornou um exemplo de promoção do empreendedorismo social, do empoderamento feminino e da consciência ambiental, a partir de um trabalho conjunto que durou mais de dois anos entre a Asociación de Mujeres Empoderadas (EWA) de Santa Marta e a BASF.

## Oportunidade de negócios e de melhora na qualidade de vida

A iniciativa teve como objetivo atender à necessidade de criar uma forma de trabalhar que promovesse o empoderamento feminino, contribuísse para o cuidado do meio ambiente e, ao mesmo tempo, gerasse uma proposta que atendesse às exigências da indústria de limpeza e higiene. Santa Marta tem o turismo como uma das principais receitas econômicas, por isso, hotéis e restaurantes precisam de produtos de limpeza.

O projeto, que foi concebido com um compromisso social e ambiental, centra-se na capacitação de seis mulheres pertencentes à Associação, que receberam apoio para criarem os seus próprios negócios na área de produtos industriais e institucionais, registados sob a marca EVA – El poder de la limpieza. Esse empreendimento não só irá gerar renda adicional para suas famílias, mas também é ecologicamente correto, oferecendo soluções sustentáveis e eficientes.

A iniciativa, pioneira em gerar química entre o empreendimento social, o empoderamento feminino e a consciência ambiental, não só deu a essas mulheres ferramentas e habilidades, mas também confiança para empreender.

Foram desenvolvidos produtos de alta qualidade (desengraxantes, lava-louças, detergentes e limpadores multiuso) com tecnologia que respeita o meio ambiente. A combinação de empreendedorismo e sustentabilidade mostra que também é uma questão de química que o crescimento econômico e a responsabilidade ambiental possam coexistir.

O projeto chegou em um momento crucial para Santa Marta, onde há desafios de igualdade de gênero e acesso a oportunidades econômicas, sendo a base para um futuro de mais equidade e sustentável.

Alberto Zúñiga, vice-presidente do Country Cluster Andes (Colômbia, Equador e Venezuela) da BASF, menciona que “com este projeto queríamos criar um movimento inclusivo e transformador que inspirasse mais mulheres a alcançar seus sonhos e objetivos, quebrando barreiras e superando desafios. Ao mesmo tempo, estimulamos uma nova consciência coletiva de que o cuidado com o meio ambiente é uma questão de todos, entendendo a realidade e as necessidades da região. Neste caso, por ser uma cidade turística, vimos que era um mercado ideal para produtos de higiene doméstica e soluções para limpeza industrial e institucional, tornando a abordagem altamente relevante para o setor comunitário e hoteleiro.”



**Uma marca criada por mulheres empreendedoras, vítimas de violência social, que consolidaram seus sonhos de ter a própria empresa e gerar estabilidade a suas famílias, ao mesmo tempo em que impactam positivamente a cidade e cuida do meio ambiente.**

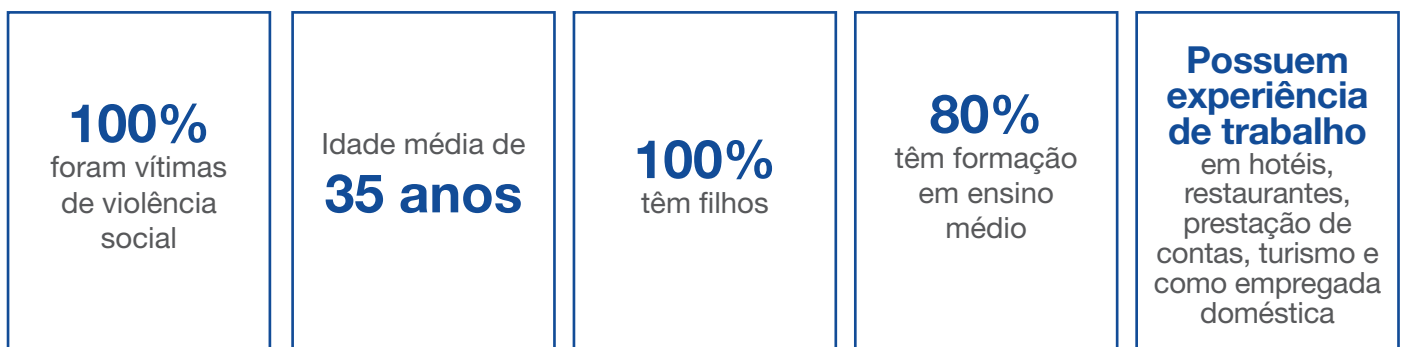


## Desafios locais

O projeto foi desenvolvido com a Asociación de Mujeres Empoderadas do povoado “El mosquito”, uma comunidade localizada em prédios irregulares na periferia de Santa Marta, composta por famílias desestruturadas pela violência e com problemas socioeconômicos.

Trata-se de uma comunidade de baixa renda, com condições desfavoráveis, principalmente para as mulheres, que têm sido vítimas de violência social. No entanto, apresenta oportunidades sociais e ambientais para melhorar a qualidade de vida dessas mulheres e de suas famílias.

### Perfil das mulheres da comunidade:



## Modelo de negócio

Foi desenvolvido um modelo de negócio especificamente para o desenvolvimento do projeto Empowered Women. A execução do plano foi feita em algumas etapas:

### 1. Treinamento

As participantes participaram de treinamentos e oficinas quando aprenderam sobre inovação, habilidades interpessoais, projeto de marca, conhecimento técnico, finanças e responsabilidade e negociação e vendas.

### 2. Formulação de produtos

Desenvolvimento e criação dos produtos (detergente, desengordurante, lava-louças e multiuso) e benchmarking com marcas locais.

### 3. Parceria

Parceria para fabricação de produtos com a linha SOLUPRAT™ de soluções da BASF.

### 4. Pesquisa de mercado

As participantes estudaram o mercado em que iriam vender os produtos, tendo como foco o cliente e suas necessidades.

### 5. Comércio

Estruturação da comercialização dos produtos, que se encaixam em um mercado I&I (Institucional e Industrial).

### 6. Fabricação de produto piloto

Após as fases de treinamento, estudo e elaboração dos produtos, iniciou-se o processo de fabricação dos primeiros produtos, já contando com um mercado garantido.

## Apoio BASF

Com um investimento de 45 mil euros, durante três anos as mulheres empreendedoras trabalharam de mãos dadas com a BASF num processo de cocriação, em que a sua experiência de utilização foi fundamental para alcançar um equilíbrio entre a eficácia das soluções e o impacto gerado no ambiente. Com o tempo, novos aliados se juntaram, como a distribuidora Handler, que forneceu matéria-prima e suporte jurídico para a formação da empresa.

**“Acreditamos firmemente que o empoderamento feminino, as alianças estratégicas e o compromisso ambiental são fundamentais para a construção de uma sociedade mais equitativa e sustentável”, conta Lina Joya, responsável por Marketing da linha BASF Care Chemicals na Colômbia, Equador, Venezuela e Peru. “Ao apoiar estas mulheres corajosas e talentosas, não só melhoraremos as suas vidas, mas também contribuiremos para o desenvolvimento sustentável de Santa Marta e para o bem-estar da nossa comunidade como um todo”, complementa.**

## Resultado

O Empowered Women não está apenas mudando vidas, mas também a estrutura da sociedade em Santa Marta. A verdadeira transformação surge quando as vozes e os esforços das mulheres são valorizados e respaldados.

María Alejandra Torres, uma das beneficiárias da iniciativa, compartilhou a sua experiência: “Este projeto tem sido uma luz na minha vida. Graças às Empowered Women e ao apoio da BASF, agora tenho o meu próprio negócio. É um orgulho poder gerar renda para minha família e contribuir com o cuidado do meio ambiente. Me sinto empoderada e preparada para enfrentar novos desafios. Espero que mais mulheres encontrem essa oportunidade e realizem seus sonhos, assim como eu fiz.”

Os primeiros resultados do projeto, além da capacitação das mulheres e do desenvolvimento dos produtos de limpeza, foi a abertura de uma loja física, em agosto de 2023, para a venda dos produtos e engajamento dos primeiros clientes.

O investimento inicial foi de 50 galões de cada produtos criado e estimativa de venda de 7.500 dólares. Há planos de levar o projeto para outros países da América do Sul, mas isso ocorrerá de acordo com a evolução do projeto.



## Turismo na Colômbia

Situada no noroeste da América do Sul, a Colômbia é o único país do continente a ser banhado pelo Oceano Pacífico e pelo mar do Caribe. As florestas tropicais cobrem dois terços do continente e o restante do território é ocupado pela Cordilheira do Andes.

Toda essa junção natural faz do país um cenário paradisíaco e destino de turistas do mundo todo. Em 2019, antes da pandemia de Covid-19, o país bateu o recorde de 4,1 milhões de visitantes, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), das Nações Unidas. As atividades turísticas são responsáveis por mais de 60% do PIB colombiano.



## Solução e praticidade

O conceito B Active foi o motor para o desenvolvimento dos produtos EVA, que reúne os seguintes atributos, conhecidos como “3 B”:

**1. Biodegradável:** refere-se à escala de biodegradabilidade, o que significa que os produtos podem ser facilmente biodegradáveis, se mais de 60% do produto se decompõe entre 10 e 28 dias, ou suficientemente biodegradáveis, se 40% a 60% do produto estiver decomposto nesse mesmo período.

**2. Bio-based:** se o produto for de base biológica (origem vegetal), medido pelo Índice de Vegetalização. O índice é calculado de acordo com o percentual de carbonos nas matérias-primas de origem vegetal, comparado ao número de carbonos totais nas matérias-primas da fórmula, sem considerar a água.

**3. Bio-impacto positivo para o meio ambiente:** esta categoria corresponde a produtos que utilizam materiais que impactam positivamente aspectos como economia de recursos (água, luz, outras matérias-primas) no processo produtivo, redução da pegada de carbono ou a redução da complexidade.



## Comunidade colombiana é exemplo de empoderamento feminino

### Algumas das principais soluções que fazem parte do portfólio da EVA são:

**Trilon® M:** agente quelante biodegradável e atóxico proveniente de açúcares naturais.

**Glucopon®:** linha de biossurfactantes à base de gordura vegetal de coqueiro e amido de milho, batata e trigo.

**SOLUPRAT™:** a linha serve como base para ser diluída em uma concentração de produtos que o fabricante deseja para o item final, podendo ser customizado conforme a preferência, adicionando perfume, espessante e coloração. De acordo com estudos da Fundação Eco+, que comparou a produção utilizando SOLUPRAT™ com matérias-primas convencionais, a solução da BASF se destacou como alternativa mais sustentável, apresentando vantagens por utilizar menos água em sua composição, economizando no número de embalagens e nos custos logísticos. A base concentrada otimiza o processo produtivo ao agilizar o ciclo em 4,5 vezes, reduz o consumo de energia em, no mínimo, 67% e a pegada de carbono em, pelo menos, 75%.



## Responsabilidade Social e Valor compartilhado: O Jeito E da BASF

Estratégias focadas em turismo e ações sociais são fundamentais para a economia da Colômbia e materializam o Jeito E da BASF, que une social E sustentabilidade. A tecnologia utilizada na produção dos produtos de limpeza entrega solução E praticidade. O empreendedorismo social ainda gera empoderamento feminino E consciência ambiental.

Assim, cria-se química para um futuro sustentável, oferecendo ao mercado produtos mais sustentáveis e que podem transformar positivamente a vida em sociedade.

## Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

As ações do Empowered Women se encaixam nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU):



### **ODS 1 – Erradicação da pobreza**

Acabar com a pobreza em todas as formas e em todos os lugares.



### **ODS 5 – Igualdade de gênero**

Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.



### **ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico**

Promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho decente para todas e todos.



### **ODS 10 – Redução das desigualdades**

Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre eles.



### **ODS 12 – Consumo e produção responsáveis**

Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis.



### **ODS 13 – Ação contra a mudança global do clima**

Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.