



CREANDO UN
Mundo Mejor
PARA LAS MUJERES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2026

MARY KAY



03 VISIÓN

04 LEGADO

06 IMPACTO

07 MEDIOAMBIENTAL

30 SOCIAL

52 ECONÓMICO

Sostenibilidad en Mary Kay

En el centro de nuestros esfuerzos de sostenibilidad se encuentran tres pilares: sostenibilidad medioambiental, social y económica.

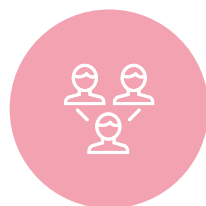
La sostenibilidad consiste en crear un modelo de negocio que valore e impulse a cada persona, especialmente a las mujeres, fomente el bienestar social y garantice un crecimiento económico que beneficie a todos.

MEDIOAMBIENTAL



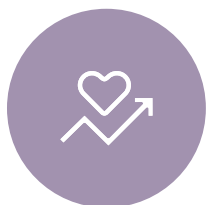
- Gestión responsable de productos
- Conservación de recursos
- Gestión del agua

SOCIAL



- El Rosa Cambia Vidas
- Empoderamiento de las mujeres
- Futuras Generaciones

ECONÓMICO



- Nuestras personas
- Innovación
- Defensa

MENSAJE DE NUESTRO CEO

INSPIRANDO A LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE LA BELLEZA

En Mary Kay, la belleza siempre ha significado mucho más de lo que se ve a simple vista. Es una fuerza que impulsa la confianza, la independencia y las oportunidades; una fuerza capaz de generar un impacto positivo.

Como compañía global y marca con propósito, creemos que la forma en que operamos es tan importante como la forma en que crecemos.

A través de nuestro modelo de venta directa, ayudamos a las mujeres a acceder a oportunidades de emprendimiento, desarrollar habilidades de liderazgo y formar parte de una comunidad global de apoyo. Ese es nuestro legado y también nuestra responsabilidad.

Al mismo tiempo, estamos acelerando nuestros esfuerzos para proteger los recursos naturales. Desde el abastecimiento responsable de ingredientes y el diseño de envases hasta operaciones más conscientes con el clima, estamos dando pasos significativos para reducir nuestro impacto medioambiental sin dejar de mejorar el rendimiento y la calidad de nuestros productos.

Nuestras inversiones en tecnología aplicada a la belleza y en investigación científica avanzada nos están ayudando a encontrar soluciones más inteligentes y sostenibles que contribuyan a proteger el futuro.

Este informe refleja no solo los avances que estamos logrando hoy, sino también el futuro que estamos construyendo para las próximas generaciones. Estamos redefiniendo lo que significa liderar la industria de la belleza: impulsando la innovación, proporcionando nuevos recursos digitales a emprendedoras de todas las generaciones y creando valor duradero para nuestras Consultoras de Belleza Independientes, sus clientes y nuestras comunidades.

Nos enorgullece contribuir a construir el futuro sostenible en el que creemos.

Ryan Rogers
Director Ejecutivo (CEO)



Cronología de Sostenibilidad 2026

UN LEGADO DE HITOS EN SOSTENIBILIDAD

Desde nuestra fundación, el 13 de septiembre de 1963, la sostenibilidad ha formado parte de nuestra identidad, guiada por la misión de la compañía de enriquecer la vida de las mujeres y crear valor duradero para nuestras Consultoras de Belleza Independientes, sus clientes, las comunidades y el planeta.

A lo largo de más de seis décadas, este compromiso se ha materializado en importantes hitos que reflejan nuestro impacto medioambiental, social y económico. Hoy honramos ese legado mientras seguimos construyendo un futuro más sostenible para las próximas generaciones.

1980 • MUJERES EN LAS ALTURAS

Representantes de Mary Kay y Consultoras de Belleza Independientes impulsan iniciativas legislativas relacionadas con la cobertura de mamografías y la prevención de la violencia en las relaciones entre adolescentes.

1987 • CONSERVACIÓN DEL AGUA Y LA TIERRA

Mary Kay se asocia con The Nature Conservancy para apoyar iniciativas globales de conservación de tierras y recursos hídricos. Esta colaboración continúa hoy en día y ya ha respaldado más de 100 proyectos en todo el mundo.

2008 • MUCHO MÁS QUE UN LÁPIZ DE LABIOS

Mary Kay presenta Beauty That Counts (posteriormente denominado Pink Changing Lives*), destinando más de 19 millones de dólares procedentes de determinados productos a organizaciones sin ánimo de lucro dedicadas a mejorar la vida de las mujeres. Hasta la fecha, Mary Kay Inc. y sus cuatro fundaciones patrocinadas por la compañía han aportado más de 230 millones de dólares en donaciones económicas y en especie a través del programa El Rosa Cambia Vidas. Estos fondos apoyan la salud y el bienestar de las mujeres, la protección del medioambiente, el empoderamiento femenino y el fortalecimiento de las comunidades.

• 1986 PIONEROS EN MAQUILLAJE RELLENABLE

Mary Kay lanza un estuche de maquillaje rellenable cuya demanda fue tan alta que fue necesario establecer límites de pedido para las Consultoras de Belleza Independientes.

• 1996 SENTANDO LAS BASES

Se crea The Mary Kay Ash Foundation® en Estados Unidos para financiar la investigación sobre el cáncer que afecta a las mujeres y, posteriormente, la prevención de la violencia doméstica.

En 2026, la fundación celebra 30 años de impacto y 100 millones de dólares donados para avanzar en su misión.

• 2010 RECICLAJE DE TAPAS Y CARCASAS.

Mary Kay lanza un programa de reciclaje de tapas y carcasas, plantando 400.000 árboles junto con la Arbor Day Foundation. Hasta ahora, se han plantado más de 1,4 millones de árboles.

*Nuestro futuro
pertenece a
quienes ven las
posibilidades
antes de que esas
posibilidades se
hagan evidentes.*

Mary Kay

2013

ONE WOMAN CAN

La compañía celebra su 50.º aniversario con un concurso global de transformación de imagen, destinando cerca de 500.000 dólares en ayudas a más de 150 organizaciones benéficas de todo el mundo.

2018

**FABRICACIÓN
SOSTENIBLE**

Mary Kay inaugura el Richard R. Rogers Manufacturing/R&D Center en Lewisville, Texas, una instalación con certificación LEED Silver.

2020

**APOYANDO A LOS
PROFESIONALES EN
PRIMERA LÍNEA**

Mary Kay destina cerca de 10 millones de dólares al apoyo global frente a la COVID-19, incluyendo la fabricación y donación de gel hidroalcohólico para ayudar a los trabajadores esenciales de todo el mundo.

2023

LIDERANDO EL MERCADO

Mary Kay es reconocida por Euromonitor International como la marca nº1 de venta directa de productos del cuidado de la piel y cosmética de color en el mundo*, posición que ha mantenido durante cuatro años consecutivos hasta 2026.

* Fuente: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2026 Edition, ventas a precio de venta al público (RSP), datos de 2025.

2025

**CERTIFICACIÓN DE
CALIDAD**

Mary Kay obtiene la certificación ISO 22716, considerada el estándar de referencia mundial en Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) para productos cosméticos, reforzando así su firme compromiso con la calidad, la seguridad y la confianza de los consumidores en todo el mundo.

2026

FUTURO DE STEM

Se concedieron más de 234.000 dólares y 51 ayudas a jóvenes de 17 países que desarrollan carreras STEM. Además, se otorgaron 10 becas a estudiantes a través de las Madam C.J. Walker Scholarships, en colaboración con la Society of Cosmetic Chemists (SCC) y patrocinadas por Mary Kay.

ASPECTOS DESTACADOS DE SOSTENIBILIDAD 2025-2026

MEDIOAMBIENTAL

EL
100 %
DEL AGUA UTILIZADA
EN NUESTRAS
INSTALACIONES
GLOBALES

es tratada y devuelta a la
cuenca hidrográfica local.

El envase de la Loción
Tonificante TimeWise®
Targeted-Action®
contiene un

94%

de material reciclado
posconsumo (PCR).*



MÁS DE
100 ★

PROYECTOS DE
CONSERVACIÓN
TERRESTRE Y MARINA

apoyados en todo el mundo
desde 1987 junto a The Nature
Conservancy.

REDUCCIÓN DEL

30 %

DEL CONSUMO DE AGUA

en nuestro centro
global Richard R. Rogers
Manufacturing/R&D
Center para 2030.**



EL

100%

DE NUESTRAS CAJAS
DE CARTÓN

para productos están
preparadas para el reciclaje
en América y Europa.

Objetivo para 2030: que el

90%

de nuestros envases de
cartón y cajas de envío
cuenten con **certificaciones**
de abastecimiento
sostenible.***

ECONÓMICO

Mary Kay cuenta con

1.600

PATENTES
REGISTRADAS.

SOCIAL

Desde 2023, más de

300 JÓVENES MUJERES

han conocido oportunidades profesionales STEM a
través de experiencias inmersivas junto a líderes STEM de
Mary Kay.

CALIDAD CERTIFICADA

Mary Kay obtuvo la certificación ISO
22716, referente mundial en Buenas
Prácticas de Fabricación para cosméticos.

MÁS DE

230

MILLONES DE DÓLARES
DONADOS

a través del programa Pink Changing
Lives® para apoyar a las mujeres
mediante investigación contra el
cáncer, ayuda a supervivientes de
violencia doméstica y creación de
oportunidades para mujeres y sus
familias.



EL

64%

de nuestro equipo científico
de Investigación y Desarrollo
está formado por mujeres.†

COMPAÑÍA IMPULSADA POR MUJERES

63 % del Comité Ejecutivo,
63 % de la plantilla global y 60
% de los puestos de liderazgo
en nuestros 10 principales
mercados están ocupados por
mujeres.†



*El porcentaje de contenido reciclado posconsumo puede variar según la disponibilidad y la región geográfica. **Año de referencia: 2020. ***Las certificaciones de abastecimiento sostenible pueden variar según el país y el formato del envase. †Fuente: Liderazgo y representación de las mujeres en Mary Kay – mayo de 2026.



MEDIOAMBIENTAL



GESTIÓN RESPONSABLE DE PRODUCTOS

REDUCIENDO NUESTRA HUELLA ECOLÓGICA

Mary Kay está comprometida con una gestión responsable de sus productos a través de tres áreas prioritarias:

- **Abastecimiento responsable de materiales de envase**
Consideramos todo el ciclo de vida del envase, minimizamos el uso de recursos y exploramos oportunidades para incorporar materiales reciclados posconsumo.
- **Abastecimiento sostenible de ingredientes**
Fortalecemos la resiliencia de la cadena de suministro, apoyamos a pequeños productores y comunidades locales, y generamos confianza entre consumidores y organismos reguladores.
- **Apoyo a la restauración de ecosistemas**
Colaboramos con organizaciones internacionales como Global Shea Alliance (GSA) y Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) para contribuir a la recuperación de ecosistemas dañados o amenazados.

CONSERVACIÓN DE RECURSOS

PROTEGIENDO LOS BOSQUES Y LA BIODIVERSIDAD

Estamos comprometidos con la protección de la biodiversidad y el apoyo a la gestión forestal responsable de diversas maneras, entre ellas:

- **Priorización del uso de fuentes de papel sostenibles:**
Priorizamos el uso de papel procedente de fuentes sostenibles para los estuches de productos y materiales impresos, así como para cajas de distribución y embalajes de envío.
- **Apoyo a la gestión responsable de los bosques:**
Apoyamos a organizaciones no gubernamentales internacionales como el Forest Stewardship Council® (FSC®), que promueve una gestión de los bosques del mundo respetuosa con el medio ambiente, socialmente beneficiosa y económicamente viable.
- **Trabajamos para reducir nuestra huella de carbono**
mediante la evolución de nuestras operaciones y la inversión en energías renovables y nuevas tecnologías.



SOSTENIBILIDAD HÍDRICA

GESTIONANDO NUESTRA HUELLA DEL AGUA

El agua es un recurso fundamental para nuestros procesos de fabricación y ocupa un lugar central en nuestros esfuerzos de sostenibilidad.

- Nuestras prioridades incluyen:**
- Reducción del uso de agua:
Reducimos el consumo de agua en nuestro Centro de Fabricación e I+D Richard R. Rogers, en Texas, y en nuestra planta de fabricación de Mary Kay en China.
 - Desarrollamos soluciones innovadoras para reutilizar agua y mejorar la eficiencia.
 - Colaboración para la conservación:
Colaboramos con The Nature Conservancy (TNC), dando continuidad a 39 años de colaboración para apoyar la conservación de humedales, la protección de hábitats y la salud de los océanos.

SITUACIÓN A CIERRE 2025:

121

toneladas de plástico reciclado a nivel global.

80%

de utilización de karité certificado procedente de proveedores miembros de GSA.

100%

de nuestros envases de cartón están preparados para el reciclaje en América y Europa.

100%

del agua utilizada en nuestras instalaciones globales es tratada y devuelta a la cuenca local.

ENVASES SOSTENIBLES

Marco de las Tres R: Reducir, Reutilizar y Reciclar

Mary Kay analiza todo el ciclo de vida de sus envases con el objetivo de minimizar el uso de recursos y reducir el impacto ambiental. Nuestra estrategia se basa en tres principios:



REDUCIR

Disminuir la cantidad de plástico en envases principales como tubos, botellas y tapones, utilizar menos capas de embalaje y diseños más ligeros.



REUTILIZAR

Impulsar envases que puedan aprovecharse durante más tiempo, incorporando materiales reciclados posconsumo (PCR).



RECICLAR

Priorizar materiales que puedan reciclarse de forma sencilla y ampliamente disponible, favoreciendo una economía más circular.

El marco de las Tres R nos ayuda a diseñar envases que protegen la integridad del producto, al tiempo que gestionan responsablemente los recursos y reducen los residuos.

DESTACADOS DE ENVASES SOSTENIBLES



1



2



3



4

1 Loción Tonificante TimeWise® Targeted-Action®

- Botella con 94 % de material PCR.
- Botella reciclable, sin el dispensador.
- Caja de cartón reciclable.

2 Limpiadora Matificante e Hidratante Mary Kay®

- Tubos con 30 % de material PCR.
- Cajas de cartón reciclables.

3 Crema Hidratante, Hidratante Matificante y Exfoliantes Mary Kay®

- Tubos con 29 % de material PCR.
- Cajas de cartón reciclables.

4 Mary Kay Confidently You™ Eau de Parfum

- Frasco reciclable.
- Caja de cartón reciclable.

NUEVO
2025

*Reciclable únicamente donde existan instalaciones adecuadas.

**El porcentaje de contenido reciclado posconsumo puede variar según la disponibilidad y la región geográfica.



- 5 Lápiz de labios Hidratación Suprema Mary Kay®**
- 42 % de material PCR en el conjunto del envase.
 - Caja de cartón reciclable.

- 6 Gel Fijador de Cejas Mary Kay®**
- 35 % de material PCR.
 - Caja de cartón reciclable.



- 7 Crema de Día TimeWise Repair® Volu-Firm® con FPS 30 y Tratamiento de Noche TimeWise Repair® Volu-Firm®**
- Las tapas son ahora reciclables.
 - Cajas de cartón reciclables.

- 8 Set TimeWise Repair®**
- Caja de cartón reciclable.

- 9 Mary Kay Clinical Solutions®**
- Frascos reciclables sin cuentagotas.
 - Caja de cartón reciclable.

- 10 Reductor de Arrugas Dinámicas Clinical Solutions®**
- 7 % de material PCR en peso total, incluido el tapón.
 - Caja de cartón reciclable.



- 11 Restaurador de la Barrera Mary Kay Clinical Solutions® 1:1:3**
- Botella y tapón reciclables.
 - Caja de cartón reciclable.

- 12 Set Milagroso TimeWise®**
- Limpiadora 4 en 1: tubo con 30 % de plástico PCR.
 - Hidratante Antioxidante: tubo con 29 % de plástico PCR.
 - Loción de Día con FPS 30 TimeWise® y Loción de Noche TimeWise®: botella de vidrio reciclable con 16 % de vidrio reciclado posconsumo.
 - Caja de cartón reciclable.



*Producto farmacéutico de venta libre.

Nota para toda la sección de la colección de productos: Los porcentajes de plástico reciclado posconsumo pueden variar dentro de un margen del 10 %, dependiendo de la disponibilidad.

Una nueva era para un icono: compromiso con el envase sostenible en Mary Kay® Desmaquillador de Ojos



Dos preguntas a Kristin Dasaro

Directora de Ingeniería de Envases, Sostenibilidad y Desarrollo de Procesos y Comercialización

P: Al seleccionar nuevos materiales

para el envase para el relanzamiento del Desmaquillador de Ojos Mary Kay®, ¿qué aspectos se tuvieron en cuenta?

Exploramos diferentes maneras de mejorar la sostenibilidad del envase. También nos enfocamos en el método de dispensación para garantizar una transición sencilla y fluida para los consumidores.

Incorporamos plástico **PCR** (reciclado posconsumo), es decir, un plástico que ha sido reciclado y reutilizado. La nueva botella está fabricada con **rPET** (tereftalato de polietileno reciclado) y la tapa está fabricada con **PP** reciclado (polipropileno). Ambos materiales son reciclables y contienen material reciclado.

En cada etapa del proceso, nos aseguramos de que estas mejoras fueran 100 % compatibles con la integridad y la eficacia de la fórmula, trabajando en estrecha colaboración con ingenieros y formuladores.

Estas conversaciones son importantes para garantizar que todos los componentes del conjunto del producto funcionen juntos de manera fluida y eficaz.



P: ¿Cómo fue el proceso desde el punto de vista técnico?

La incorporación de **PCR** permitió utilizar la misma maquinaria, moldes y proveedores que ya se utilizaban anteriormente.

Aun así, surgieron algunos retos interesantes. Las nuevas botellas presentan un tono rosa translúcido y el material reciclado no siempre ofrece una tonalidad uniforme, por lo que fue necesario adaptar los estándares de color.

También detectamos que la resina reciclada utilizada en los tapones era ligeramente menos resistente, por lo que realizamos ajustes para garantizar que siguiera cumpliendo nuestros estándares de calidad.

Además, trabajamos conjuntamente con el equipo de compras y los proveedores para garantizar el suministro necesario para este producto superventas global.

El logotipo o la denominación «bestseller» hace referencia a los productos más vendidos de la línea de productos Mary Kay®

“Integrar la sostenibilidad es un ejercicio de equilibrio. Significa reducir nuestro impacto medioambiental de forma consciente, sin comprometer la calidad, el rendimiento del producto ni la satisfacción de los consumidores.”

CONOCE A LOS EQUIPOS:

- **El equipo de Ingeniería de Packaging** lidera el desarrollo y la ejecución técnica de todos los envases, incluida la selección de materiales, las pruebas funcionales y la garantía de compatibilidad con los equipos de producción.
- **El equipo de Desarrollo y Comercialización de Procesos** se centra en escalar las fórmulas de los productos, desde el laboratorio hasta la producción a gran escala, mediante la definición y el desarrollo de los procedimientos de fabricación, que posteriormente se transfieren al área de operaciones para la fabricación comercial.

RESULTADOS EN CHINA (2025)



Impulsando los envases sostenibles en China

En julio de 2025, Mary Kay China participó en la 13ª Conference on Plastics in Packaging (CPRJ), donde Yizhang Xie, Director de Servicios Técnicos y Comercialización, presentó la estrategia y los objetivos de envases sostenibles de la compañía, así como las iniciativas para reducir el uso de plástico y las futuras innovaciones en ecoenvases.

1.885 toneladas
DE PLÁSTICO EVITADAS GRACIAS A
ENVASES MÁS SOSTENIBLES,
LO QUE REPRESENTA UN INCREMENTO
DEL 67,7 % FRENTE A 2024.

INCREMENTO DEL
13,6 %
EN EL USO DE MATERIALES DE
ENVASE SOSTENIBLES
EN PROPORCIÓN AL
VOLUMEN DE VENTAS

ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE: hacia un ecosistema de belleza más resiliente

El abastecimiento sostenible es una pieza clave en el desarrollo de los productos Mary Kay.

Creemos que la obtención responsable de ingredientes es esencial no solo para garantizar la calidad y la innovación, sino también para proteger los ecosistemas, fortalecer las comunidades y aumentar la resiliencia de nuestra cadena de suministro.

Mary Kay también promueve prácticas de compra inclusivas y éticas, impulsando soluciones lideradas por mujeres dentro de la cadena de suministro y colaborando con organizaciones sin ánimo de lucro, proveedores y representantes del sector.

Estas alianzas ayudan a elevar los estándares globales de abastecimiento, mejorar la transparencia y la trazabilidad e impulsar una mejora continua en el desempeño ambiental, social y ético.



Crédito de la fotografía: Cortesía de Global Shea Alliance



Crédito de la fotografía: PT Bumitama Gunajaya Agro

“Adoptamos un enfoque proactivo para identificar y abordar los desafíos sociales y ambientales desde su origen, con especial atención al uso de ingredientes renovables y obtenidos de forma responsable.”



Aceite de palma sostenible: protegiendo los bosques, las comunidades y el futuro de la belleza

En 2014, Mary Kay se unió a la **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**. Esta colaboración global promueve el crecimiento y el uso sostenible del aceite de palma, un ingrediente clave para los bosques, las comunidades y la biodiversidad.

Como uno de los ingredientes naturales más eficientes y ampliamente utilizados en el cuidado personal, el aceite de palma tiene el potencial de impulsar la innovación y el crecimiento cuando se obtiene de forma responsable. Al transformar la manera en que se produce y se adquiere el aceite de palma, podemos contribuir a proteger los bosques y la biodiversidad y hacer frente a los impactos del cambio climático, garantizando que este ingrediente esencial tenga un impacto positivo tanto en las personas como en el planeta.



El aceite de palma sostenible se cultiva, procesa, distribuye y comercializa de forma responsable, siguiendo estrictas normas que protegen a los animales, el medio ambiente, los pequeños productores y las comunidades que viven y trabajan en los países productores de aceite de palma.

Para Mary Kay, el compromiso con el abastecimiento sostenible de aceite de palma es una poderosa expresión de nuestros valores en acción. Mediante una mayor trazabilidad y responsabilidad, así como la colaboración a lo largo de toda la cadena de valor, el sector tiene la oportunidad de avanzar hacia un futuro más inclusivo y responsable para la industria de la belleza.

China 2025: abastecimiento responsable

**TASA DE COMPRA
LOCAL DE MATERIALES
DE ENVASE:**

98,16 %,
frente al 97,34 %
de 2024.

**TASA DE
CUMPLIMIENTO DE
PROVEEDORES:**

100 %,
de acuerdo con el
Código de Conducta
Empresarial.



La fórmula de la Loción Tonificante TimeWise® Targeted-Action®, lanzada en 2024, incorpora aceite de palma sostenible y karité certificado por GSA.

Avanzando juntos: cómo la colaboración impulsa el karité sostenible

A través de nuestra colaboración con Global Shea Alliance (GSA), estamos incorporando ingredientes obtenidos de forma sostenible tanto en productos emblemáticos como Satin Hands®, Satin Body® y Satin Lips®, así como en nuevos desarrollos de producto.



Dos preguntas a Cris Gómez

Dra. Directora Senior de Asuntos Regulatorios, Seguridad y Cumplimiento de I+D

P. ¿Cuáles son los principales desafíos del sector del karité?

El sector del karité afronta desafíos complejos y de largo plazo que requieren inversión y colaboración continua.

Los árboles de karité tardan décadas en madurar y factores como las sequías, las lluvias irregulares, la degradación del suelo y las limitaciones en el uso de la tierra amenazan estos ecosistemas.

Al mismo tiempo, el karité sigue siendo un ingrediente muy valorado y existe un creciente interés por proteger y preservar estos entornos para el futuro.

Un aspecto clave consiste en mejorar las condiciones de vida de las mujeres que lideran este sector. Aproximadamente 16 millones de mujeres participan en la industria del karité en África Occidental y organizaciones como GSA impulsan mejoras en equipamiento, acceso a financiación y oportunidades de mercado.

“La innovación y una mayor colaboración a lo largo de toda la cadena de valor del karité serán fundamentales para impulsar el crecimiento futuro.”



Global Shea Alliance es una asociación industrial sin ánimo de lucro que tiene como objetivo impulsar una industria mundial de la manteca de karité competitiva y sostenible, al tiempo que mejora los medios de vida de las mujeres africanas y sus comunidades.

Crédito de la fotografía: Cortesía de Global Shea Alliance

80%

DE NUESTROS PROVEEDORES SON MIEMBROS DE GLOBAL SHEA ALLIANCE EN 2025.

P. ¿Qué papel puede desempeñar Mary Kay?

Uno de los mayores desafíos es la distancia existente entre las empresas y las mujeres que gestionan los bosques de karité y hacen posible este ingrediente.

Por ello, la colaboración con GSA es tan importante. Nos ayuda a reforzar la transparencia, fomentar la responsabilidad y colaborar de forma respetuosa con las comunidades locales, garantizando que el uso del karité genere un impacto positivo para las mujeres de toda la cadena de valor.

El 80 % de nuestros proveedores son miembros de Global Shea Alliance en 2025.

Impulsando las compras sostenibles: evaluación de riesgos ESG



Crédito de la fotografía: Cortesía de EcoVadis

2021

Mary Kay se incorpora a EcoVadis, una plataforma global de evaluación de la sostenibilidad que analiza el desempeño de las empresas en materia de criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), con un fuerte enfoque en la **sostenibilidad de la cadena de suministro**.

2023

El Código de Conducta para Proveedores de Mary Kay, que establece requisitos de abastecimiento ético y de iniciativas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), se distribuyó entre todos los proveedores directos activos. **Más de 100 proveedores de Mary Kay se incorporaron a EcoVadis o renovaron su suscripción a EcoVadis Ratings.** De estos proveedores, 87 recibieron medallas de EcoVadis por obtener altas calificaciones en materia de sostenibilidad.

2024

Mary Kay reforzó aún más su colaboración con EcoVadis para involucrar activamente a nuestros proveedores en sus iniciativas ESG, incluido el avance hacia un abastecimiento sostenible. Mary Kay también está incorporando las puntuaciones de sostenibilidad de EcoVadis en sus evaluaciones de proveedores.

2025

Mary Kay integró las calificaciones de sostenibilidad de EcoVadis en la **plataforma de evaluación de riesgos EverStream**, creando una visión unificada de los riesgos ESG en toda la cadena de suministro ampliada.

Esta integración permitió mejorar la transparencia respecto a los proveedores de nivel 3 (Tier 3), proporcionando una visión más profunda del desempeño ESG de los proveedores más allá de las relaciones de abastecimiento directo. La plataforma también permite supervisar en tiempo real los indicadores ESG en varios niveles de proveedores, lo que facilita a los equipos la identificación de riesgos ambientales, sociales y de gobernanza emergentes.

Ampliamos nuestro alcance para incluir EcoVadis Carbon Action Manager (CAM), una plataforma diseñada para proporcionar a las empresas una visibilidad completa de las emisiones de Alcance 3 (Scope 3) de sus proveedores.

De la protección a la prevención: cómo la investigación impulsa una protección solar más sostenible

La industria de la protección solar se encuentra en un momento decisivo, en el que la innovación, la ciencia de la seguridad y la responsabilidad medioambiental deben avanzar de la mano para generar confianza entre los consumidores y favorecer un crecimiento sostenible a largo plazo.

La investigación continua sobre los filtros solares desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la protección solar del futuro, al tiempo que permite responder a las nuevas expectativas científicas, regulatorias y de los consumidores.

A su vez, las ideas erróneas sobre la seguridad de los protectores solares siguen influyendo en la percepción de los consumidores, lo que pone de manifiesto la importancia de ofrecer una educación basada en la evidencia científica.

En Mary Kay, estamos comprometidos con el desarrollo de fórmulas respaldadas por la ciencia y con una comunicación transparente. Trabajamos junto a expertos científicos y médicos para ayudar a los consumidores a tomar decisiones informadas sobre la seguridad y eficacia de los protectores solares, así como sobre las opciones que se adaptan de forma natural a sus diferentes rutinas y estilos de vida.



Dra. Lucy Gildea, Chief Brand and Scientific Officer.

“Uno de los mayores retos para aumentar el uso diario de protector solar es cambiar la percepción de los consumidores: pasar de considerarlo algo imprescindible para un «día de playa» a reconocerlo como una parte fundamental del cuidado diario de la piel.

Muchas personas no son conscientes de que la exposición incidental a los rayos UV —ya sea al pasear al perro o al conducir con las ventanillas bajadas— se acumula con el tiempo y contribuye al envejecimiento prematuro y al daño de la piel durante todo el año.

Ofrecer diferentes opciones a los consumidores es fundamental. Algunas personas prefieren protectores solares minerales, con filtros físicos como el óxido de zinc, que ofrecen una protección de amplio espectro y suave con la piel. Otras optan por protectores solares químicos, que proporcionan una textura ligera y un acabado invisible.

THE SKIN CANCER FOUNDATION
AFIRMA QUE

1 DE CADA 5

ESTADOUNIDENSES
DESARROLLARÁ CÁNCER DE PIEL
ANTES DE LOS 70 AÑOS

Al ofrecer ambas opciones, las marcas pueden asegurarse de que cada persona encuentre una fórmula que se adapte a su tipo de piel y a su estilo de vida.

La educación sigue siendo clave. Persisten ideas erróneas, como la creencia de que las pieles más oscuras no necesitan protección solar. Como expertos, nos centramos en ofrecer mensajes claros y respaldados por la ciencia para ayudar a los consumidores a comprender que el protector solar es una medida fundamental y eficaz para proteger la piel, todos los días y durante todo el año.

El uso diario de protector solar es una de las medidas más importantes que los consumidores pueden adoptar para ayudar a prevenir el envejecimiento prematuro de la piel”.



Opciones de protección, sensorialidad y rendimiento

El óxido de zinc es un filtro UV mineral que proporciona protección de amplio espectro frente a los rayos UVA y UVB reflejando y dispersando la radiación ultravioleta.

Protector solar Mineral de uso diario con óxido de zinc



Diseñado para el uso diario, el Protector Solar Facial Mineral SPF 30 es un producto imprescindible para los consumidores, ya que ayuda a proteger frente a la exposición diaria a los rayos UV, incluida la exposición accidental durante las actividades habituales en interiores y al aire libre. También ayuda a proteger frente a la exposición a la luz azul procedente de dispositivos electrónicos.*

Amplio espectro, protección UVA/UVB y resistente al agua hasta 80 minutos



Lanzado en 2025, el Protector Solar Mary Kay® SPF 50 ofrece una protección de amplio espectro de alto rendimiento y resistente al agua, en una fórmula ligera y no pegajosa, diseñada para el uso diario en rostro y cuerpo. Su textura ligera hace que sea muy fácil de usar todos los días, incluso debajo del maquillaje.*

ESPAÑA: Innovadora campaña de concienciación sobre la protección solar dirigida a viajeros

En primavera de 2025, Mary Kay lanzó una innovadora campaña de concienciación sobre la protección solar mediante la colocación de publicidad en los respaldos de los asientos de determinados vuelos comerciales de Iberia Express y Vueling, que operaban rutas nacionales e internacionales en España.

La campaña tenía como objetivo reforzar el compromiso de Mary Kay con la salud de la piel, la prevención y el autocuidado responsable entre un público diverso.



Los respaldos de los asientos incluían mensajes claros sobre el cuidado y la protección solar, así como códigos QR que dirigían a los viajeros a la web de Mary Kay, presentando la marca y sus opciones de productos de protección solar en un entorno nuevo e inesperado, más allá de los canales de comunicación tradicionales.*

Sello de recomendación de The Skin Cancer Foundation

Protector Solar Mineral Facial SPF 30 Mary Kay®



Protector Solar SPF 50 Mary Kay®



obtuvieron los sellos de recomendación de The Skin Cancer Foundation, tras cumplir rigurosos estándares de seguridad y eficacia.

España: campaña innovadora de concienciación sobre protección solar

En primavera de 2025, Mary Kay lanzó una campaña innovadora colocando publicidad en los respaldos de los asientos de vuelos de Iberia Express y Vueling, tanto nacionales como internacionales.

La iniciativa reforzó el compromiso de Mary Kay con la salud de la piel, la prevención y el autocuidado responsable, incluyendo mensajes educativos y códigos QR que dirigían a los viajeros a la web de Mary Kay.

**Producto farmacéutico de venta libre.*

Protegiendo los bosques y la biodiversidad

Mary Kay está comprometida con la protección de los bosques y la biodiversidad mediante el abastecimiento responsable de los materiales de papel y cartón que utilizamos tanto en nuestros envases como en nuestras operaciones.

Priorizamos el uso de papel y cartón procedentes de bosques gestionados de forma sostenible para nuestros envases, materiales interiores, embalajes de distribución y cajas de envío. Trabajamos con proveedores y socios del sector que demuestran un firme compromiso con la gestión responsable de los bosques, la trazabilidad y el respeto por los ecosistemas y las comunidades.

También estamos trabajando para reducir nuestra huella de carbono a lo largo de toda la cadena de valor. Apostamos por la eficiencia energética, ampliamos el uso de energías renovables y colaboramos con nuestros socios para avanzar hacia un futuro con menores emisiones de carbono para el sector de la belleza.

Este enfoque refleja la convicción de Mary Kay de que unos bosques saludables son esenciales para contar con cadenas de suministro resilientes y de que elegir de forma responsable los materiales de nuestros envases y nuestras operaciones es una parte fundamental de nuestro compromiso con el cuidado del planeta, al mismo tiempo que llevamos nuestros productos de belleza a consumidores de todo el mundo.

PAPEL CON
100 %
DE CONTENIDO RECICLADO
posconsumo desde 2022.

64%
DE LAS CAJAS
DE PRODUCTO
certificadas
globalmente.

OBJETIVO 2030:
90%
DE CAJAS
certificadas
globalmente.

¿SABÍAS QUE?

Los folletos
informativos de
nuestros productos
incluyen
30%
DE PAPEL
POSCONSUMO
desde 2022.

En 2022, la
imprenta de
Mary Kay
obtuvo su
certificación
inicial del
Forest
Stewardship
Council® (FSC®).



A través de una mirada sostenible: envases de papel para productos

Mary Kay está comprometida con el fomento de una gestión forestal responsable mediante el uso, siempre que sea posible, de papel procedente de fuentes certificadas para los envases de nuestros productos.

Forest Stewardship Council® (FSC®) es una organización internacional sin ánimo de lucro dedicada a promover la gestión responsable de los bosques en todo el mundo.

FSC establece estándares basados en principios consensuados para una gestión forestal responsable, respaldados por diferentes grupos de interés de carácter medioambiental, social y económico.

Para más información, visitar www.fsc.org.

*Nota: Las certificaciones de abastecimiento sostenible pueden variar según el país y el formato del envase.

Todas las marcas comerciales, marcas registradas y marcas de servicio de terceros son propiedad de sus respectivos titulares.

Cada caja de envío cuenta una historia de belleza responsable

Para nosotros, las cajas de envío son mucho más que un simple embalaje: reflejan nuestro compromiso con el cuidado del planeta en cada etapa del proceso. Utilizamos cartón procedente de bosques gestionados de forma responsable y de materiales reciclados, dando prioridad a proveedores que cumplen rigurosos estándares medioambientales.

La Sustainable Forestry Initiative (SFI) es un amplio programa de certificación destinado a promover la gestión forestal sostenible en toda América del Norte, garantizando la salud de los bosques y de las comunidades que dependen de ellos.

A medida que los pedidos llegan a nuestras Consultoras de Belleza Independientes y a sus clientes, nuestras cajas, cuidadosamente diseñadas, combinan resistencia y eficiencia.

El uso de cartón reciclable y procedente de fuentes renovables contribuye a reducir nuestra huella medioambiental, mientras que unas instrucciones claras de reciclaje animan a los clientes a mantener estos materiales en uso más allá de su primera finalidad.



Al diseñar cajas de cartón personalizadas y del tamaño adecuado, minimizamos el uso de materiales innecesarios, optimizamos el transporte, reducimos los residuos y disminuimos las emisiones asociadas al transporte.



Todas las marcas comerciales, marcas registradas y marcas de servicio de terceros son propiedad de sus respectivos titulares.

El recorrido de una caja de envío de Mary Kay*

Desde el abastecimiento hasta la entrega y el fin de su vida útil, nuestras cajas de envío están diseñadas para minimizar el uso de materiales y maximizar su reciclabilidad, reflejando nuestra convicción de que las decisiones cotidianas pueden impulsar cambios significativos.

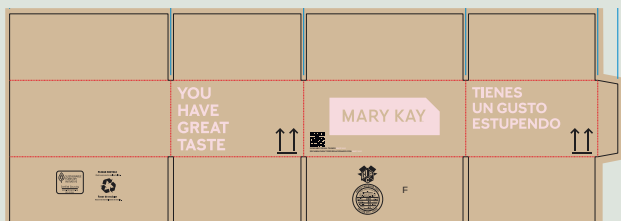
Al invertir en envases sostenibles a base de fibras y colaborar con proveedores responsables, avanzamos en nuestros objetivos medioambientales y, al mismo tiempo, ayudamos a nuestras Consultoras de Belleza Independientes y a sus clientes a contribuir a un futuro más sostenible mediante un reciclaje consciente.

CICLO DE VIDA DE UNA CAJA MARY KAY

1

Diseño respetuoso con el medioambiente

El diseño de nuestras cajas de cartón para envíos es desarrollado por nuestro equipo de Marketing y compartido con nuestro proveedor acreditado. Los ingenieros de packaging colaboran para encontrar el equilibrio entre la estética, la protección del producto y el impacto medioambiental.



2

Abastecimiento sostenible de fibras:

el cartón utilizado en Estados Unidos procede de proveedores certificados por Sustainable Forestry Initiative (SFI).

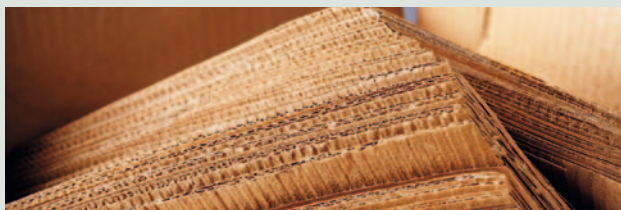


3

Producción de cajas de cartón ondulado

Las fibras certificadas y recicladas se procesan para convertirlas en papel para las caras exteriores en fábricas papeleras que utilizan sistemas eficientes en el uso de la energía y el agua. Estos sistemas incluyen circuitos cerrados de agua, tratamiento de aguas residuales y fuentes de energía renovables o de bajas emisiones de carbono.

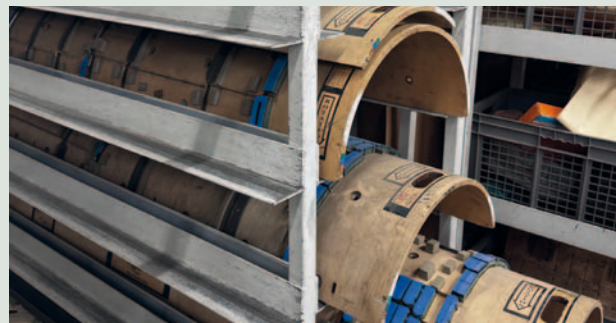
A continuación, el papel para las exteriores y el papel para el ondulado se combinan mediante un proceso de corrugado.



4

Troquelado

Los materiales de las cajas se troquelean para obtener las formas adecuadas. Los residuos se reducen mediante un corte de precisión realizado por nuestro proveedor, Harris Packaging, en Haltom City, Texas. Este proceso puede producir hasta 25.000 cajas por hora.



*Ejemplo en los Estados Unidos

Todas las marcas comerciales, marcas registradas y marcas de servicio de terceros son propiedad de sus respectivos titulares.

5

Impresión

Las láminas de cartón se imprimen utilizando tintas a base de agua o tintas con bajo contenido de compuestos orgánicos volátiles (COV) y una larga duración. Las tintas se acondicionan en la máquina para mantener su viscosidad. El proceso genera un desperdicio mínimo de tinta.



6

Montaje: las cajas se pliegan y pegan utilizando adhesivos sin disolventes.



7

Cajas listas para el envío.



8

Reciclaje de residuos

Todos los residuos de cartón ondulado generados en la planta de fabricación se recogen y se compactan en balas para su reciclaje. Las fibras de cartón pueden reciclarse entre 6 y 7 veces.



9

Pruebas de calidad y validación del rendimiento conforme a la normativa del sector*



10

Envío de las cajas a nuestros Centros de Distribución.

La carga y la paletización se optimizan para reducir el impacto medioambiental.



Nuestro proveedor HPC garantiza y certifica que tanto HPC como sus fabricantes actuales confirman que sus productos cumplen con la normativa vigente de la FDA, con la normativa vigente de la Coalition of Northeastern Governors (CONEG), así como con la California Safe Drinking Water & Toxic Enforcement Act of 1986 (Proposition 65).
Fuente: Garantía continua del producto – mayo de 2026

11

Llegada a los Centros de Distribución de Mary Kay: montaje de las cajas.



12

Etiquetado de las cajas.



13

Preparación y gestión de los pedidos de los clientes.



14

Se añaden virutas protectoras biodegradables.

Fabricadas a partir de almidón de maíz y patata, nuestras virutas de relleno protegen los productos para garantizar que lleguen en perfectas condiciones a nuestras Consultoras de Belleza Independientes y a sus clientes.



15

Los recortes de cartón y otros residuos se reutilizan.

Nuestras cajas de cartón ondulado usadas se envían a International Paper, un centro de reciclaje situado en Carrollton, Texas. Hasta el 50 % del cartón reciclado se limpia y, posteriormente, se mezcla con fibra nueva para fabricar papel nuevo destinado a la producción de cajas.



16

Las cajas que contienen los pedidos se envían a las Consultoras de Belleza.



17

Las cajas de Mary Kay se entregan en los hogares de los clientes.



18

Reutilización y reciclaje: las cajas vacías son 100 % reciclables cuando se eliminan correctamente.



Jenise Cox y Jana Harris, propietarias de Harris Packaging. Jana Harris ha ejercido como presidenta de la Independent Packaging Association (AICC), una destacada asociación comercial de la industria del packaging a base de papel. Desde esta posición, promueve el desarrollo del liderazgo, la modernización de la fuerza laboral y una mayor diversidad dentro de la industria.

Mujeres que están dando forma al futuro del packaging

Mary Kay destaca su colaboración con Harris Packaging, empresa certificada como negocio propiedad de mujeres y especializada en la fabricación de cajas de cartón ondulado.





Cada año se utilizan materiales de embalaje 100 % biodegradables, fabricados a partir de almidón de maíz y patata, para enviar millones de productos Mary Kay® desde y dentro de Estados Unidos.



ESTADOS UNIDOS

Celebramos 20 años de virutas de relleno 100 % biodegradables

Nuestros materiales de relleno, conocidos como “biopeanuts”, se seleccionan por su ligereza y eficiencia, y están diseñados para minimizar los daños a los productos y las devoluciones, reduciendo así los residuos y los reenvíos innecesarios.

Mary Kay también fomenta una eliminación responsable, priorizando, siempre que sea posible, opciones de material de relleno reciclables o reutilizables y educando a las Consultoras de Belleza y a sus clientes sobre su correcta reutilización o reciclaje.

- El almidón de maíz y el almidón de patata son recursos renovables.
- Biodegradables y compostables: se descomponen de forma natural y pueden añadirse al compost.
- Solubles en agua: se disuelven casi inmediatamente en agua, lo que facilita su eliminación; basta con ponerlas bajo el agua hasta que se disuelvan.
- No tóxicas y sin electricidad estática

CHINA

Reducción del plástico en la cinta de sellado

A mediados de 2024, Mary Kay puso en marcha una iniciativa para reducir el uso de plástico en la cinta de sellado de nuestros centros de distribución regionales (RDC) en China, reduciendo el ancho de la cinta de 60 mm a 45 mm.

Reciclaje y reutilización de cajas de envío

En 2015, Mary Kay puso en marcha un programa de reutilización de cajas de productos para sustituir las cajas de envío en nuestros centros de distribución regionales (RDC).

Resultados en 2025
Reducción de

38.942 m²
de plástico,
equivalente a
aproximadamente 5,5
campos de fútbol.

Reutilización de cajas
En los últimos tres años,
se han reutilizado

123.774
**CAJAS DE ENVÍO
DE PRODUCTOS**
para la preparación de
pedidos.



Solo el 1 % de las Consultoras de Belleza Independientes de Mary Kay alcanza el nivel necesario para disfrutar del uso de un vehículo gracias a su negocio Mary Kay.

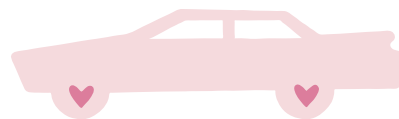
Para obtener más información sobre el Programa de Coches, visita la página oficial de Mary Kay.

Reduciendo nuestra huella de carbono

Green on Wheels: nuevo Cadillac Optiq eléctrico

En 2025, Mary Kay amplió su icónico programa de Coche de carrera, ofreciendo a las Consultoras de Belleza Independientes la opción de elegir un vehículo eléctrico con la incorporación del Cadillac OPTIQ totalmente eléctrico. Esta evolución refleja nuestro compromiso con la innovación y la responsabilidad medioambiental, al tiempo que rinde homenaje a un símbolo histórico de logro y reconocimiento, combinando reconocimiento, lujo moderno y avances hacia una movilidad con menores emisiones.

Al priorizar la eficiencia energética, ampliar el uso de energías renovables, impulsar soluciones bajas en carbono siempre que sea posible y trabajar estrechamente con nuestros proveedores para reducir las emisiones, seguimos dando pasos constantes para contribuir a un futuro con menos emisiones de carbono para el sector de la belleza.



¿Sabías que...?

El icónico Cadillac rosa nació en 1968, cuando Mary Kay Ash compró un Cadillac Coupe De Ville en un concesionario de Dallas y, poco después, mandó pintarlo a juego con la paleta de tonos rosa pálido de labios y ojos de Mary Kay®.

Posteriormente, General Motors bautizó este color como “Mary Kay Pink Pearl”, y este tono sigue siendo exclusivo de Mary Kay.

¿SABÍAS QUE...?

En 2019, el Richard R. Rogers Manufacturing/ R&D Center (R3) recibió la Certificación LEED Silver 2019 de Leadership in Energy and Environmental Design (LEED).

Mary Kay apoya a organizaciones de reconocido prestigio, como The Nature Conservancy, así como a organizaciones sin ánimo de lucro del sector y entidades de certificación centradas en la conservación y reforestación de los bosques, además de la restauración de los manglares y los ecosistemas marinos.

Todas las marcas comerciales, marcas registradas y marcas de servicio de terceros son propiedad de sus respectivos titulares.

GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA:

un pilar clave de la fabricación responsable

Como marca de belleza con presencia global, reconocemos que el agua es un recurso compartido y limitado, esencial para nuestras operaciones, nuestras comunidades y los ecosistemas en los que operamos. La gestión responsable del agua es una parte integral del compromiso de Mary Kay con la fabricación sostenible y la creación de valor a largo plazo.

Mary Kay se centra en reducir el uso de agua dulce en la fabricación mediante la mejora de la eficiencia hídrica, la minimización de las extracciones y la gestión responsable de las aguas residuales.

Cuando es posible, damos prioridad a enfoques que favorezcan el uso circular del agua, como el tratamiento y la reutilización del agua para servicios industriales, teniendo siempre en cuenta la disponibilidad local de agua y las necesidades de las comunidades.



EL **100%**

DEL AGUA UTILIZADA SE TRATA
y se devuelve al entorno hídrico local.

REDUCCIÓN DEL

30%

del consumo de agua
en las instalaciones R3
para 2030.

ADHESIÓN A LOS

Sustainable Ocean Principles del Pacto
Mundial de las Naciones Unidas.





Centro de Fabricación de Mary Kay en Hangzhou, China: una instalación con un sistema de circuito cerrado de agua

En 2006, Mary Kay invirtió 5 millones de yuanes chinos en la construcción de una planta de tratamiento de aguas residuales de alto nivel. Mediante la adopción de un proceso combinado de tratamiento químico y tratamiento biológico aeróbico, la instalación alcanzó inicialmente una capacidad de tratamiento de 150 toneladas diarias, cubriendo por completo todas las aguas residuales generadas por la producción en el centro de fabricación.

En 2015, Mary Kay mejoró aún más sus sistemas de tratamiento de agua mediante la integración de la flotación por aire y el tratamiento con membranas MBR, aumentando la capacidad de tratamiento a 350 toneladas diarias y mejorando significativamente la estabilidad del proceso y la eficiencia general del tratamiento.

El agua reciclada y purificada se utiliza principalmente para el riego de las zonas verdes, la refrigeración del aire acondicionado y como aporte de agua al estanque paisajístico Viewing Fish at Flower Harbor.

Casi 10.000 toneladas de agua del grifo ahorradas cada año, lo que reduce el consumo de agua dulce y el vertido de aguas residuales, y contribuye a un uso eficiente del agua y a unas operaciones con bajas emisiones de carbono.

Consumo de agua por kilogramo de producto:

45 litros/kg, un 5,3 % menos que en 2024.

Estanque de peces en las instalaciones del Site Flower.



El estanque, de 80 metros cuadrados, se abastece exclusivamente de agua reciclada que ha sido completamente tratada y cumple con la normativa, procedente de la planta de tratamiento de aguas residuales ubicada en las propias instalaciones.

El estanque alberga una población saludable de peces koi y constituye un ejemplo tangible del reciclaje de aguas residuales industriales y la recuperación de recursos.

A través de experiencias inmersivas en las propias instalaciones, el centro promueve la conservación del agua y ofrece educación ambiental al público.

RECONOCIMIENTO

En abril de 2025, Mary Kay recibió el premio Green and Sustainable Development otorgado por Zhejiang Health Products and Cosmetics Industry Association (ZHCIA).



Protección de la costa y los humedales de Texas

Mary Kay apoya el trabajo de The Nature Conservancy a lo largo de la costa de Texas, que incluye la construcción de barreras costeras naturales, la restauración y gestión de praderas costeras autóctonas, así como la restauración de arrecifes de ostras y humedales.

La costa de Texas se enfrenta a importantes amenazas derivadas del cambio climático, entre ellas el aumento del nivel del mar, los huracanes de gran intensidad y el desarrollo insostenible. Todos estos factores están destruyendo rápidamente hábitats esenciales que sustentan a especies vulnerables y protegen a las comunidades costeras.

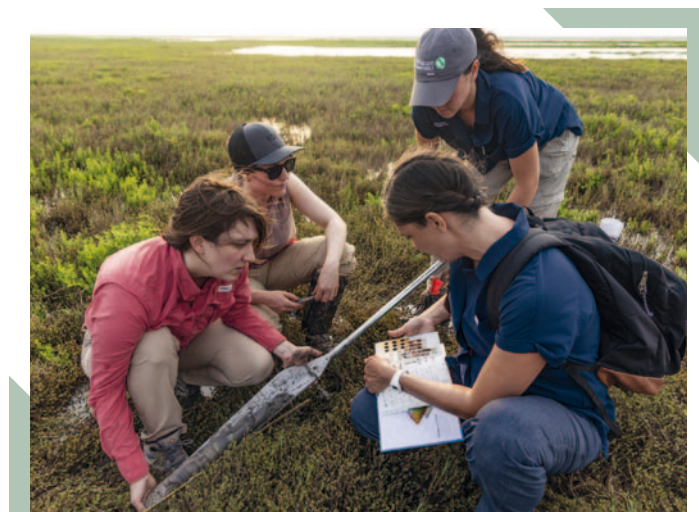
Durante más de seis décadas, The Nature Conservancy (TNC) ha colaborado con las comunidades para proteger las tierras y aguas que definen nuestro estado.



Crédito de la fotografía: Ejemplar de gallo de las praderas de Attwater, una especie en peligro de extinción, en la pradera de Refugio-Goliad. Cortesía de The Nature Conservancy. Copyright © 2026 Sean Fitzgerald Photography, Inc.

39
AÑOS DE CO-
LABORACIÓN
CON TNC.

MÁS DE
100
proyectos de
conservación
apoyados globalmente
y en EE. UU.



Crédito de la fotografía: Personal de TNC realizando investigaciones para determinar cómo podemos proteger los humedales de Texas. Cortesía de The Nature Conservancy.

Copyright © Kenny Braun para The Nature Conservancy.

Con más de 400 mil hectáreas conservadas y 37 reservas gestionadas en todo el estado, TNC impulsa soluciones basadas en la ciencia para abordar los efectos del cambio climático, la escasez de agua, la pérdida de hábitats y las presiones derivadas del desarrollo. Para ello, trabaja con propietarios de tierras, comunidades y organismos públicos con el fin de proteger los paisajes y preservar los recursos naturales que sustentan a las personas, la fauna y las economías locales.

A lo largo de la costa, TNC protege y restaura hábitats de praderas, marismas y humedales que actúan como infraestructura natural: reducen la erosión, absorben las marejadas ciclónicas, filtran el agua y favorecen la conservación de las poblaciones de peces y la fauna silvestre. Para ello, se llevan a cabo prácticas como quemas prescritas, restauración de hábitats e investigación colaborativa.

El apoyo de Mary Kay contribuye a impulsar esta labor, fortaleciendo la resiliencia de las zonas costeras y protegiendo los ecosistemas y las comunidades que dependen de un Golfo de México saludable.

¿SABÍAS QUE...?
LA MISIÓN DE TNC ES
CONSERVAR LAS TIERRAS Y LAS
AGUAS DE LAS QUE DEPENDE
TODA FORMA DE VIDA.



SOCIAL



EL ROSA CAMBIA VIDAS

BELLEZA IMPULSADA POR UN PROPÓSITO.

En Mary Kay, ponemos nuestro propósito en acción. Nuestros esfuerzos globales para apoyar a las mujeres y sus familias están guiados por El Rosa Cambia Vidas, un enfoque multifacético de apoyo y solidaridad centrado en empoderar a las mujeres, fortalecer a las familias, proteger nuestros recursos más preciados y crear comunidades más seguras y saludables donde las personas sobrevivientes de cáncer y violencia doméstica puedan salir adelante. Nos esforzamos por generar un cambio positivo y duradero que trascienda generaciones en todo el mundo.



EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

IMPULSAMOS EL LIDERAZGO, EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO FEMENINO.

En Mary Kay, empoderar a las mujeres es la base para generar un impacto duradero. Nuestros programas están diseñados para fomentar el liderazgo, impulsar el emprendimiento y apoyar el crecimiento personal y económico. Al invertir en la educación, la independencia y las oportunidades para las mujeres, contribuimos a construir comunidades más fuertes y a promover un futuro más equitativo y sostenible para todos.



FUTURO DE STEM

APOYAMOS A LAS FUTURAS GENERACIONES DE CIENTÍFICAS MEDIANTE MODELOS DE REFERENCIA, EXPERIENCIAS PRÁCTICAS Y PROGRAMAS EDUCATIVOS.

Con un impresionante 64 % de mujeres en su equipo global de I+D, Mary Kay se enorgullece de apoyar a las mujeres que lideran con curiosidad, innovación y ambición. Al animar a las jóvenes a seguir carreras en las áreas STEM y brindarles referentes visibles, experiencias prácticas y apoyo constante, Mary Kay contribuye a que la próxima generación desarrolle confianza en sus capacidades y tenga mayor claridad sobre su futuro. Este compromiso refleja nuestra misión más amplia de enriquecer la vida de las mujeres y ampliar las oportunidades para que puedan liderar, descubrir y soñar en grande.

MÁS DE
234
MILLONES DE
DÓLARES
 donados desde 1996.

MÁS DE
600.000
MUJERES
 beneficiadas

EL
64%
DEL EQUIPO GLOBAL DE
I+D son mujeres.

Mary Kay ocupa el puesto nº 8 en la lista Forbes 2026 de las Mejores Marca por Impacto Social

Nuestra promesa global para las mujeres

Durante más de 30 años, Mary Kay ha impulsado una visión audaz para las mujeres a través de Pink Changing Lives®, nuestro compromiso filantrópico integral, respaldado por la compañía y sus cuatro fundaciones patrocinadas por Mary Kay.

Con más de 234 millones de dólares donados a nivel mundial, este enfoque brinda empoderamiento, apoyo, oportunidades y sostenibilidad a mujeres y sus familias en todo el mundo, transformando vidas, fortaleciendo comunidades y generando un impacto duradero.

MÁS DE
4,5
MILLONES de mujeres
y familias beneficiadas.



MÁS DE
3.300
organizaciones
y proyectos
apoyados.

MÁS DE
234
MILLONES DE
DÓLARES
DONADOS.



Un toque de solidaridad

El programa el Rosa Cambia Vidas de Mary Kay sigue siendo un pilar fundamental de nuestro compromiso de contribuir de manera significativa con las comunidades locales.

Desde 2008, ha donado más de 19 millones de dólares, financiados íntegramente con una parte de las ventas de productos seleccionados en los mercados de Mary Kay participantes.

Los fondos apoyan diversas causas, entre ellas la lucha contra los tipos de cáncer que afectan a las mujeres, la erradicación de la violencia doméstica, la atención y el apoyo a las mujeres y sus familias, así como el embellecimiento de las comunidades donde vivimos y trabajamos, porque las mujeres son el corazón de todo lo que hacemos.

PINK CHANGING LIVES®: cuando la belleza genera impacto

En 2025, Mary Kay se unió con orgullo a una buena causa con el producto designado Pink Changing Lives®: el Mary Kay® Tinted Lip Oil, una edición limitada* disponible en dos tonos brillantes, Berry y Blush.

Al más puro estilo Mary Kay, estos tonos ofrecieron mucho más que belleza: estuvieron acompañados de un firme compromiso. Con cada compra, una parte de los ingresos se destinó a apoyar programas que empoderan a las mujeres, brindan esperanza y acompañamiento, y generan un cambio significativo para mujeres y familias de todo el mundo.

Desde 2008, se han donado más de 19 millones de dólares a más de 3.300 organizaciones, en apoyo de millones de mujeres en todo el mundo.



*Love lips
Change lives*



¿SABÍAS QUE...?



El programa el Rosa Cambia vidas ha incluido 18 productos en 32 tonos únicos, esencias y envases desde 2008. Cuando la belleza tiene impacto, las mujeres del mundo se unen.



MARY KAY APOYA:

- La investigación y los programas relacionados con el cáncer que afecta a las mujeres.
- La erradicación de la violencia doméstica.
- El impulso de iniciativas medioambientales.
- La creación de un mundo mejor para las próximas generaciones.

EL ROSA CAMBIA VIDAS alrededor del mundo

A través de alianzas basadas en la solidaridad y programas centrados en las comunidades, los mercados de Mary Kay llevan esperanza, apoyo y oportunidades a personas de todo el mundo, protegiendo vidas, recuperando la confianza y preservando los recursos naturales que sustentan nuestro planeta para las futuras generaciones.



Para conocer en detalle todos los mercados en los que Mary Kay está presente y sus iniciativas solidarias de 2025, visita marykayglobal.com.

ARGENTINA

En Argentina, Mary Kay donó aproximadamente **6.200 dólares** a través del programa de empoderamiento de la causa Pink Changing Lives® a **Resguardo Familias de Esperanza y Fundación Vida Sin Violencia**.

Estas contribuciones apoyaron a mujeres que enfrentan situaciones de violencia y a niños en situación de vulnerabilidad, mejorando sus condiciones de vida mediante la renovación de refugios y el inicio de la construcción de un nuevo hogar en Mar del Plata, respectivamente.

BRASIL

En 2025, Instituto Mary Kay impulsó la salud y la seguridad de las mujeres, así como el cuidado del medioambiente en Brasil, mediante diversas alianzas estratégicas, con una contribución de más de **60.000 dólares**.

Los fondos apoyaron a la organización **Associação Fala Mulher**, colaboradora de larga trayectoria que brinda alojamiento, asistencia legal y servicios psicológicos a supervivientes de violencia doméstica; al **Instituto PROTEA**, enfocado en la detección temprana y el tratamiento del cáncer de mama para mujeres de bajos ingresos; y al **Instituto ABIHPEC**, que ofrece talleres de autoestima para mujeres que están recibiendo tratamiento contra el cáncer.

Además, se destinó apoyo a **Mãos Pro Futuro**, una iniciativa de logística inversa que amplió la infraestructura de reciclaje, generó oportunidades de ingresos para las cooperativas de recolectores de materiales reciclables y contribuyó a recuperar más de 200.000 toneladas de materiales reciclables.

CANADÁ

En Canadá, Mary Kay invirtió más de **211.000 dólares** para apoyar a mujeres afectadas por el cáncer y la violencia doméstica.

Las contribuciones económicas y las donaciones en especie a **Look Good Feel Better** impulsaron talleres de cuidado de la piel y belleza destinados a fortalecer la confianza de las personas que atraviesan un tratamiento contra el cáncer.

Por su parte, el **Mary Kay Ash Charitable Foundation Shelter Grant Program** fortaleció a **12 refugios certificados**, financiando renovaciones, espacios adaptados para niños y servicios esenciales para supervivientes en todo el país.

Además, se destinaron fondos a iniciativas de **Trillium Health Partners**, que ofrecen programas de concientización y detección temprana del cáncer, y amplían el acceso a educación sobre salud y recursos para pacientes.



CHINA

A través de alianzas de larga trayectoria y fondos establecidos, Mary Kay China impulsó el empoderamiento económico de las mujeres, la educación de las jóvenes y el apoyo a madres que se dedican a tiempo completo al cuidado de sus familias.

Las inversiones respaldaron el **Mary Kay Women's Entrepreneurship Program**, que permite a las mujeres alcanzar la independencia financiera mediante microcréditos para pequeños negocios, así como el **Hope for Pearl Program**, que amplía el acceso a la educación secundaria para niñas de comunidades con recursos limitados.

Entre las iniciativas adicionales se encuentra **“Go-Mom! – Stay-at-Home Mothers Support Program”**, cuyo objetivo es apoyar y dar visibilidad a las madres que se dedican a tiempo completo al hogar, mediante la creación de una plataforma de participación comunitaria que también las ayuda a alcanzar su crecimiento personal.



COLOMBIA

En Colombia, los fondos recaudados a través de Pink Changing Lives®, por un valor aproximado de **3.571 dólares**, beneficiaron a **Fundación Colombianitos**.

Este apoyo permitió realizar mejoras y adecuaciones en el salón multipropósito de la Escuela Sagrado Corazón, en Puerto Tejada, Cauca, donde ahora se pueden impartir clases de danza y arte, contribuyendo a fortalecer el sentido de comunidad entre los estudiantes.



REPÚBLICA CHECA

Mary Kay República Checa contribuyó con más de **33.000 dólares** para apoyar la salud y la seguridad en todo el país.

Los fondos destinados a **Be Charity** permitieron brindar tratamiento médico y rehabilitación a un niño con una enfermedad crónica, mientras que el apoyo a la organización **Bellis** fortaleció la atención emocional y psicosocial para mujeres con cáncer de mama.

Las donaciones en especie a diversos refugios para mujeres ayudaron a mantener espacios de alojamiento seguros y servicios enfocados en la recuperación de las supervivientes



ALEMANIA / PAÍSES BAJOS / SUIZA

En toda la región GNS, Mary Kay donó más de **50.000 dólares** para apoyar el bienestar y la educación de niños y niñas.

El apoyo a **Die Arche Children's Foundation** proporcionó comidas gratuitas, tutorías y atención extraescolar para niños de comunidades desfavorecidas. Por su parte, las contribuciones a **Fly & Help** financiaron su proyecto más reciente para construir una escuela en Sri Lanka, entre otras comunidades en países en desarrollo, convirtiendo la solidaridad colectiva en oportunidades educativas de largo plazo para niños de zonas con acceso limitado a la educación.



HONG KONG

Mary Kay Hong Kong apoyó a **Unity in Diversity Limited** con **casi 2.000 dólares** en donaciones de productos, destinadas a programas enfocados en la salud de las mujeres y el empoderamiento de las comunidades.

Estas contribuciones financiaron iniciativas de educación y bienestar, ayudando a las mujeres a acceder a información y servicios que favorecen una vida más saludable e independiente.



MÉXICO

En México, Mary Kay invirtió más de **26.000 dólares** a través de **Casa Gaviota** y **Fundación Origen**, promoviendo un apoyo integral para mujeres afectadas por la violencia y la pobreza.

Las donaciones fortalecieron refugios, líneas de ayuda y programas de empoderamiento que abordan la recuperación emocional, económica y social, ayudando a las supervivientes a reconstruir un futuro seguro con confianza.



MOLDAVIA

Mary Kay Moldavia apoyó a **CCF Moldova** con aproximadamente **550 dólares**, provenientes de las ventas de productos Pink Changing Lives®, y recaudó un total de **5.800 dólares** mediante donaciones a lo largo de 2025.

Los fondos contribuyeron a programas que buscan mantener a los niños junto a sus familias y comunidades, ayudando a cerrar instituciones residenciales y ampliar los servicios sociales para miles de niños en situación de vulnerabilidad.



PERÚ

En Perú, Mary Kay donó aproximadamente **4.452 dólares** a **Misma Luna**, en apoyo al Programa Niña Power.

La iniciativa promueve la alfabetización, la enseñanza del inglés y el fortalecimiento de la confianza en las niñas, utilizando la educación como una vía hacia el empoderamiento y la resiliencia de las comunidades a largo plazo.



FILIPINAS

Mary Kay Filipinas contribuyó con **2.069 dólares** a **SOS Children's Villages Pilipinas**, apoyando la atención diaria, la educación, la salud y la nutrición de niños que han perdido el cuidado de sus padres.

La alianza también ayudó a prevenir la separación familiar mediante iniciativas comunitarias de generación de ingresos y servicios de apoyo.



PORTUGAL

En Portugal, Mary Kay donó aproximadamente **2.964 dólares** a **Ajuda de Berço**, destinados a proporcionar alimentos y materiales esenciales a madres y niños que enfrentan situaciones de crisis y fortaleciendo las redes de protección durante momentos críticos de vulnerabilidad.



ESLOVAQUIA

Mary Kay Eslovaquia invirtió cerca de **28.000 dólares** para apoyar a niños con enfermedades crónicas a través de **Be Charity**, financiando rehabilitación, ayudas médicas y atención a largo plazo.

Además, las donaciones en especie destinadas a refugios locales para mujeres contribuyeron a garantizar entornos seguros y servicios enfocados en la recuperación de supervivientes de violencia doméstica.

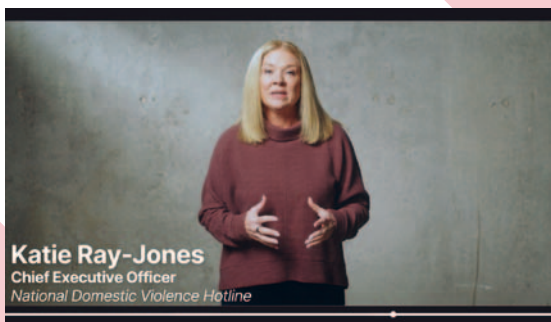
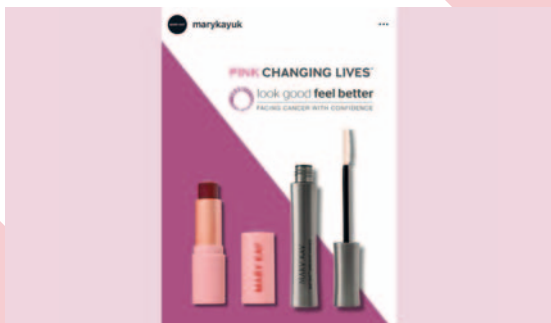


ESPAÑA

En 2025, Mary Kay España contribuyó con más de **46.000 dólares** para generar un impacto positivo en la salud y el medioambiente.

Los fondos destinados a **Fundación FERO** impulsaron investigaciones de vanguardia sobre el cáncer de mama, apoyando enfoques de tratamiento de precisión para mujeres con enfermedad avanzada.

Por su parte, la colaboración con **Fundación SEUR** transformó envases de productos cosméticos reciclados en ayuda económica para familias de niños con enfermedades graves, generando tanto un impacto social como ambiental en todo el país.



TAIWÁN

Mary Kay Taiwán realizó una donación al **Taiwan Fund for Children and Families**, apoyando programas de larga trayectoria que brindan bienestar, educación y servicios sociales a niños y familias que lo necesitan en las comunidades locales.

UCRANIA

En Ucrania, Mary Kay proporcionó ayuda humanitaria en medio de la crisis que continúa afectando al país. Las donaciones financiaron programas de asistencia para mujeres y familias desplazadas, incluidos servicios esenciales y apoyo comunitario.

Estas contribuciones ayudaron a atender necesidades urgentes y, al mismo tiempo, respaldaron los esfuerzos de recuperación a largo plazo para mujeres y sus familias en las zonas más afectadas.

REINO UNIDO E IRLANDA

Mary Kay Reino Unido e Irlanda donó aproximadamente **1.270 dólares** a **Look Good Feel Better**, apoyando talleres que ayudan a las mujeres a afrontar los efectos visibles de los tratamientos contra el cáncer.

Estos programas contribuyen a recuperar la confianza, la dignidad y el bienestar emocional de las mujeres durante su proceso de recuperación.

ESTADOS UNIDOS

A través de **Pink Changing Lives***, Mary Kay Estados Unidos recaudó **386.870 dólares** para apoyar a la **Mary Kay Ash Foundation***, contribuyendo al cumplimiento de su doble misión de eliminar los tipos de cáncer que afectan a las mujeres y poner fin a la violencia doméstica.

Las contribuciones financiaron investigaciones que pueden salvar vidas, servicios de refugio para supervivientes de violencia doméstica y programas de apoyo para supervivientes en todo el país.

Como parte de su expansión a nivel nacional, la alianza de la Fundación con la National Domestic Violence Hotline impulsó sus esfuerzos mediante la creación de una serie de videos breves, tres capacitaciones en formato de seminario web y recursos descargables para cualquier persona que busque más información o necesite ayuda inmediata.

Crear un propósito en cada paso

En 2025, el compromiso global de Mary Kay con el bienestar de las comunidades cobró vida a través del movimiento. Tres de las cuatro fundaciones patrocinadas por la compañía, Instituto Mary Kay (Brasil), Mary Kay Ash Charitable Foundation® (Canadá) y Mary Kay Ash Foundation® (Estados Unidos), organizaron carreras o caminatas para apoyar sus respectivas misiones de lucha contra los cánceres que afectan a las mujeres y de erradicación de la violencia doméstica, implicando a los participantes en acciones con propósito que conectaban el bienestar físico con el impacto social.

Estos eventos movilizaron a empleados, Consultoras de Belleza Independientes, familiares y miembros de la comunidad para apoyar causas relacionadas con la salud, la seguridad y el empoderamiento de las mujeres.

Al transformar una actividad cotidiana como el ejercicio físico en una forma significativa de participación, estas fundaciones crearon oportunidades centradas en la comunidad que fomentaban la implicación de las personas al tiempo que reforzaban una visión compartida: enriquecer la vida de las mujeres en todos los mercados.

En conjunto, estas iniciativas impulsadas localmente, unidas por una misión común de apoyo a las causas de las mujeres, demuestran que cuando las comunidades avanzan juntas, el impacto duradero acompaña cada paso del camino.



Participantes en la carrera y caminata PROTEA Run & Walk, organizada por Instituto Mary Kay Brasil el 26 de octubre de 2025, en apoyo a la búsqueda de tratamientos curativos contra el cáncer de mama.



Corredores cruzando la línea de meta de la 21.ª edición anual de la MK5K®, celebrada el 4 de octubre de 2025, en beneficio de la misión de la Mary Kay Ash Foundation® de encontrar tratamientos para los cánceres que afectan a las mujeres y poner fin a la violencia doméstica.



Participantes en el evento MK5K® 2025, celebrado el 20 de septiembre de 2025 en distintas localidades de Canadá. Los fondos recaudados se destinaron a la Mary Kay Ash Charitable Foundation (MKACF) para apoyar iniciativas de empoderamiento femenino, refugios para víctimas de violencia doméstica y programas de apoyo oncológico.

BRASIL: Transformar las alianzas en propósito y generar concienciación

La colaboración entre Mary Kay Brasil y la **Associação Fala Mulher** se remonta a dos décadas de trabajo conjunto ofreciendo servicios integrales de protección y atención a mujeres y familias en situación de vulnerabilidad social, reforzando así su compromiso con la dignidad, la justicia y la igualdad de derechos para todas las personas.

A través del programa **Empresa Madrinha** (“Empresa Madrina”) de Fala Mulher, Mary Kay Brasil está contribuyendo a impulsar un cambio significativo, habiendo apoyado hasta la fecha a más de **15.000 mujeres**.

Mediante aportaciones continuadas, el programa fortalece servicios esenciales, entre ellos:

- alojamiento seguro,
- asistencia jurídica,
- apoyo psicológico,
- talleres de empoderamiento económico, ayudando a las mujeres a encontrar protección y reconstruir sus vidas.

Este compromiso fue reconocido en 2023 con el **Prêmio Ouro – Impacto Feminino** (Premio Oro al Impacto Femenino), otorgado por la **Asociación**



Brasileña de Empresas de Venta Directa (ABEVD), en reconocimiento al impacto medible del programa.

En 2025, Mary Kay amplió este impacto mediante una ambiciosa iniciativa de sensibilización que logró un **título oficial Guinness World Records™** durante el evento **“Live de Batom, Por Elas”** (“Lipstick Live, For Them”), en el que miles de personas participaron para establecer el récord del mayor número de personas aplicándose pintalabios simultáneamente en línea.

Más allá de batir un récord, el evento transformó un gesto emblemático de la marca en un poderoso símbolo de solidaridad, aumentando la concienciación y reforzando el compromiso de Mary Kay con la promoción de la seguridad, la dignidad y la igualdad para las mujeres en Brasil y en todo el mundo.



CANADÁ: Apoyo a supervivientes a través de Look Good Feel Better

En 2025, Mary Kay Canadá y la **Mary Kay Ash Charitable Foundation** realizaron donaciones en especie valoradas en **43.000 dólares** a **Look Good Feel Better**, una organización sin ánimo de lucro que presta apoyo psicosocial a personas en Canadá antes, durante y después del tratamiento contra el cáncer.

Los productos donados se utilizaron en talleres de **cuidado de la piel, maquillaje y cuidado del cabello**, diseñados para restaurar y fortalecer la confianza en sí mismas de las personas que están recibiendo tratamiento oncológico.

Estos talleres ayudan a los participantes a gestionar los efectos visibles del tratamiento, como los cambios en la piel, la pérdida de cabello y las alteraciones en la apariencia facial, mediante formación práctica sobre cuidado de la piel, aplicación de maquillaje, pelucas y coberturas para la cabeza.

Como parte del programa, los participantes reciben gratuitamente kits de cuidado de la piel y maquillaje que incluyen el **Delineador de Cejas Preciso Mary Kay®** y el **Lápiz de Labios Hidratación Suprema Mary Kay®** en el tono **Toasted Plum**. Estos productos se utilizaron durante los talleres para ayudar a los participantes a practicar técnicas sencillas de maquillaje destinadas a devolver color al rostro, realzar los rasgos naturales y reforzar la confianza y la autoestima.

Según Look Good Feel Better, antes de asistir a uno de sus talleres, únicamente el 32 % de los participantes afirmaba sentirse moderadamente seguro respecto a su apariencia.

Tras participar en el taller, el 89,1 % de los asistentes manifestó sentirse moderadamente seguro o seguro de su apariencia, lo que demuestra una mejora significativa de la autoconfianza y del bienestar emocional como resultado directo del programa.

*“Solo aquello que das
puede multiplicarse y
regresar a tu propia vida.”*

— Mary Kay



CHINA: La independencia económica de las mujeres echa raíces a través del emprendimiento

En sus comienzos, el equipo se encontró con diversas dificultades: el deficiente diseño de los invernaderos provocaba un crecimiento irregular de las plántulas; los equipos no funcionaban eficazmente; y muchas plantas jóvenes se marchitaban de forma inesperada. Tras superar estos obstáculos iniciales, la falta de financiación retrasó los planes para modernizar el equipamiento y ampliar la escala de producción de plántulas.

La inversión de Mary Kay China en las mujeres, a través del **Programa de Emprendimiento Femenino Mary Kay**, está ayudando a redefinir

las oportunidades para aquellas mujeres que buscan alcanzar la independencia económica. Mediante formación, mentoría y recursos financieros, esta iniciativa permite a las mujeres poner en marcha y desarrollar sus propios negocios. Estos programas no solo mejoran su independencia financiera, sino que también fortalecen la confianza en sí mismas y las capacidades de liderazgo, generando efectos positivos en sus familias y comunidades.

Li Zifan, de 28 años, creó un equipo emprendedor formado íntegramente por mujeres para dedicarse al cultivo de plántulas de peral aromático, con el objetivo de impulsar la economía de su localidad a través de la agricultura y facilitar que las mujeres de la zona pudieran encontrar empleo cerca de sus hogares.

El apoyo recibido a través del Programa de Emprendimiento Femenino Mary Kay aportó nuevas perspectivas al equipo. Estos fondos fueron fundamentales para implantar un sistema inteligente integrado de riego y fertilización, modernizar los invernaderos mediante el control de temperatura y lograr una gestión remota y precisa de la temperatura y la humedad, eliminando así el impacto de las condiciones meteorológicas impredecibles en el crecimiento de los cultivos. Actualmente, **prosperan 100.000 plántulas de peral aromático cultivadas en contenedores.**

El negocio de Li experimentó un notable crecimiento, permitiéndole generar prosperidad en su comunidad. Su vivero se ha convertido en una plataforma donde las mujeres de la zona pueden adquirir nuevas competencias y acceder a oportunidades laborales flexibles.

Hasta la fecha, el proyecto ha ayudado a **600 hogares** a incrementar sus ingresos, permitiendo a un mayor número de mujeres disponer de unos ingresos estables sin necesidad de alejarse de sus familias y comunidades.





Reforzar los ecosistemas emprendedores a través de la colaboración

El compromiso de Mary Kay con el emprendimiento femenino va más allá de su red de ventas independiente. En 2025, la compañía continuó invirtiendo en ecosistemas emprendedores más amplios mediante el apoyo a plataformas que amplían el acceso a la formación, la financiación y las redes de contacto, especialmente para mujeres fundadoras.

Un ejemplo destacado es el papel de Mary Kay como socio principal de la **Women of Innovation Summit**, celebrada durante el décimo aniversario de la **DFW Startup Week**, en colaboración con **The DEC Network** y la **Cox School of Business de la Southern Methodist University**.

La **Women of Innovation Summit** reunió a emprendedoras, tanto emergentes como consolidadas, para participar en sesiones formativas, encuentros con inversores y oportunidades de networking diseñadas para acelerar el crecimiento de sus negocios. La cumbre también contó con un **Women's Marketplace**, un espacio que ofreció a empresas locales propiedad de mujeres una plataforma para mostrar sus productos e ideas.

Al participar en uno de los eventos de emprendimiento más grandes y diversos de Estados Unidos, Mary Kay contribuyó a ampliar el acceso de las mujeres a nuevas oportunidades, al tiempo que reforzó su convicción de que el impulso al emprendimiento femenino favorece la innovación, fortalece la resiliencia económica y genera prosperidad en las comunidades.



Mary Kay Inc. empodera a emprendedoras a través de la conexión, la educación y la innovación durante DFW Startup Week 2025 de DEC Network
Crédito de la foto: Cortesía de DEC Network



Crédito de la foto: Cortesía de DEC Network

¿SABÍAS QUE...?

A escala mundial, más de **600.000 mujeres** se han beneficiado positivamente de iniciativas de empoderamiento impulsadas o apoyadas por Mary Kay en ámbitos como el emprendimiento, la educación y el desarrollo comunitario.



Invertir desde el principio: impulsar a la próxima generación de emprendedores

Crear oportunidades económicas sostenibles para las mujeres comienza mucho antes de la edad adulta. En 2025, Mary Kay continuó su histórica colaboración con la **Ciudad de Lewisville**, la **Lewisville ISD Education Foundation** e **INCubatoredu**, apoyando a estudiantes de educación secundaria en el desarrollo de competencias empresariales aplicables al mundo real a través de un programa formativo de emprendimiento de un año de duración.

El programa **INCubatoredu** desafía a los estudiantes a idear, poner a prueba y perfeccionar conceptos de negocio utilizando metodologías lean startup, con la orientación de mentores empresariales locales. Cada mes de mayo, el programa culmina con la **Final Pitch Night**, una jornada en la que los estudiantes presentan sus proyectos empresariales y compiten por financiación inicial para convertir sus ideas en realidad. En 2025, los jóvenes emprendedores compitieron por **7.500 dólares** de financiación para impulsar el crecimiento de sus negocios, con propuestas ganadoras que abarcaron desde panaderías inspiradas en distintas culturas hasta soluciones tecnológicas innovadoras.

Esta colaboración ofrece a los futuros emprendedores una exposición temprana a los múltiples aspectos de la actividad empresarial, contribuyendo al desarrollo de la confianza en sí mismos, la educación financiera y las habilidades competitivas que pueden influir en su trayectoria profesional futura.

INCubatoredu, Lewisville High School (2025)

AÑO DE COLABORACIÓN

50.000\$

EN FINANCIACIÓN INICIAL CONCEDIDA A ESTUDIANTES DESDE EL INICIO DE LA COLABORACIÓN

EXPERIENCIA PRÁCTICA EN EMPRENDIMIENTO
MENTORÍA Y OPORTUNIDADES REALES DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES

FUTURO DE LAS DISCIPLINAS STEM MUJERES EN TECNOLOGÍA

Fundado en 2011, el grupo de recursos para empleados **Mary Kay Women in Tech (WiT)** reúne a una comunidad de mujeres comprometidas con el avance de la diversidad, la inclusión y la representación femenina en el sector tecnológico y en el amplio ámbito de las disciplinas STEM. Partiendo de la convicción de que la tecnología y las STEM son poderosos facilitadores de oportunidades, WiT trabaja para inspirar, apoyar y capacitar a las mujeres para que desarrollen carreras profesionales sólidas y prosperen en ellas tanto dentro como fuera de Mary Kay.

A través de programas de mentoría, actividades de networking, iniciativas de bienestar, proyectos de alcance comunitario y acceso a conocimientos empresariales y tecnológicos de Mary Kay, Women in Tech fomenta una cultura de colaboración, innovación y aprendizaje continuo. Al conectar a mujeres en distintas etapas de su carrera profesional y promover el desarrollo de competencias y el crecimiento del liderazgo, el grupo desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento del ecosistema de mujeres en STEM de Mary Kay, al tiempo que refuerza el compromiso más amplio de la compañía con el empoderamiento de las mujeres como innovadoras, solucionadoras de problemas y líderes.



Próxima generación de mujeres en STEM

Como defensora global del empoderamiento de las mujeres y de la innovación científica, Mary Kay mantiene su compromiso de ampliar el acceso a becas para estudios superiores y a oportunidades de aprendizaje en disciplinas STEM que contribuyan a crear y fortalecer una cantera diversa y preparada para el futuro de talento femenino en ámbitos relacionados con la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas.

Celebramos con orgullo a las jóvenes que se atreven a superar límites, desafiar lo establecido e imaginar nuevas posibilidades mientras persiguen sus aspiraciones en las disciplinas STEM. A través de una inversión continuada y de la promoción activa de estas áreas de conocimiento, Mary Kay contribuye a reducir la brecha de género, derribar prejuicios e impulsar a la próxima generación de innovadoras, líderes y agentes de cambio que están dando forma al futuro de la ciencia.



MÁS DE 300 MUJERES JÓVENES HAN TENIDO LA OPORTUNIDAD DE CONOCER PROFESIONES STEM EN MARY KAY, INSPIRÁNDOLAS A VERSE A SÍ MISMAS COMO LAS INNOVADORAS DEL MAÑANA.

MIDIENDO EL ÉXITO DESDE 2020

17

PAÍSES HAN PARTICIPADO EN LA CONCESIÓN DE AYUDAS A JÓVENES MUJERES PARA APOYAR SUS ASPIRACIONES STEM.

Argentina, Armenia, Australia, Brasil, Canadá, China, Colombia, Alemania, Macedonia, Filipinas, Portugal, Puerto Rico, Eslovaquia, España, Turquía, Ucrania, Estados Unidos,

CASI
234.000\$

CONCEDIDOS A JÓVENES MUJERES DE TODO EL MUNDO A TRAVÉS DE AYUDAS DESTINADAS A ESTUDIOS Y CARRERAS STEM.

51

AYUDAS CONCEDIDAS A JÓVENES PARA QUE PUEDAN HACER REALIDAD SUS ASPIRACIONES EN LAS DISCIPLINAS STEM

10

BECAS MADAM C.J. WALKER, CONCEDIDAS EN COLABORACIÓN CON LA SOCIETY OF COSMETIC CHEMISTS.

En 2025, Mary Kay participó como Special Award Organization en la International Science and Engineering Fair (ISEF), donde concedió ayudas a 13 jóvenes innovadores en distintas categorías STEM.

5

AYUDAS PARA INVESTIGACIÓN EN SALUD DE LA PIEL MARY KAY TAMBIÉN CONCEDIÓ CINCO AYUDAS DESTINADAS A PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN RELACIONADOS CON LA SALUD DE LA PIEL.



SOCIETY OF COSMETIC CHEMISTS

Becas Madam C.J. Walker

Creada en 2021, la **Beca Madam C.J. Walker**, patrocinada por Mary Kay, concede dos becas de **5.000 dólares** a estudiantes pertenecientes a minorías infrarrepresentadas, independientemente de su identidad de género, que cursen estudios universitarios o de posgrado en ciencias químicas, físicas, médicas, farmacéuticas, biológicas o disciplinas científicas y tecnológicas afines, y que tengan interés en desarrollar una carrera profesional en la industria cosmética y del cuidado personal.

Hasta la fecha, se han concedido **10 becas a mujeres estudiantes** que persiguen el objetivo de generar un impacto positivo y favorecer una representación más diversa en el dinámico y cambiante mundo de la cosmética.

Beneficiarias de la Beca Madam C.J. Walker 2025



Chinaza Munonye
University of South Florida
Estudiante de grado universitario.



Lanesa Mahon
University of Cincinnati
Estudiante de doctorado.

FUTURO DE LAS DISCIPLINAS STEM EN LA INDUSTRIA

Mary Kay continuó apoyando al Women in Toxicology Special Interest Group de la Society of Toxicology, patrocinando el premio Outstanding Young Investigator Award. Este galardón reconoce contribuciones destacadas al campo de la toxicología durante las primeras etapas de la carrera profesional.

Mary Kay participó como patrocinador del evento y de la sesión de pósters científicos de la 15.ª Reunión Anual de la American Society for Cellular and Computational Toxicology (ASCCT). El apoyo a la ASCCT forma parte de nuestro compromiso permanente por mantenernos al día de los avances más innovadores en tecnología y toxicología.

Ashli Brown, PhD, participó en el Inhalation Workshop del Institute for In Vitro Sciences (IIVS) con el objetivo de reforzar nuestra base científica para la evaluación de la exposición por inhalación, un ámbito cada vez más relevante a medida que Mary Kay explora nuevos formatos de productos y sistemas de aplicación. Por su parte, Devena Kara, PharmD, participó en el Practical Methods Workshop del IIVS, que ofrece formación en New Approach Methods (NAMs), permitiendo a las organizaciones reforzar sus evaluaciones de seguridad y avanzar en la toxicología de nueva generación. Estos dos programas de formación práctica respaldan directamente nuestro compromiso con nuestra Promesa de Producto, mediante la inversión en el conocimiento de tecnologías emergentes y la colaboración con otros expertos para seguir avanzando en la seguridad de los productos.



FERIA INTERNACIONAL DE CIENCIA E INGENIERÍA

La **Regeneron International Science and Engineering Fair (Regeneron ISEF)** es la mayor competición científica del mundo para estudiantes de educación secundaria. Reúne a **1.700 jóvenes científicos de 62 países**, que compiten por una parte de los más de **9 millones de dólares** en premios y becas.

Mary Kay Inc. participó como **Special Award Organization** en la edición de 2025 del certamen, celebrada en **Columbus, Ohio**, del **10 al 16 de mayo**.

Kristin Dasaro, directora de Ingeniería de Envases, Sostenibilidad y Desarrollo y Comercialización de Procesos, y **Carrissa Dowdy**, gerente de Formulación de Producto, asistieron al evento en representación de Mary Kay Inc.

Durante la competición, ambas profesionales tuvieron la oportunidad de conocer, entrevistar y conceder **7.500 dólares en premios a 13 jóvenes científicos inspiradores**, con el objetivo de ayudarles a seguir desarrollando sus aspiraciones y proyectos en los ámbitos STEM.





Pragathi Kasani-Akula
EE.UU.

Bioquímica: Bioquímica Analítica

Nanoarquitecturas magnetofluorescentes multicolor para la identificación dirigida de exosomas asociados al cáncer de mama triple negativo.



Grace Liu
EE.UU.

Ciencias Sociales y del Comportamiento: Otras

Evaluación de las disparidades de género derivadas de la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre en el emprendimiento: un análisis de datos de panel.



Alina Albeik
EE.UU.

Ciencias del Comportamiento y Sociales: Otras

Implicaciones del resveratrol en la retención de la memoria en *Dugesia tigrina*.



Kaili Tseng y Leila Gheysar
EE.UU.

Ciencias Biomédicas y de la Salud: Fisiología celular, orgánica y de sistemas

Péptidos antimicrobianos de *Bombyx mori*: un nuevo y sostenible catalizador para inhibir el crecimiento y provocar la muerte de células cancerosas.



Elisabeth Fischermann y Tom Kressbach
ALEMANIA

Ciencias Biomédicas y de la Salud: Nutrición y Productos Naturales

A la caza de los radicales libres mediante una reacción de luz azul.



Ela Doruk Korkmaz
TURQUÍA

Biología Celular y Molecular: Biología Molecular

Investigación de los posibles efectos anticancerígenos de exosomas derivados de granos de café mediante efectos antiproliferativos y de inducción de apoptosis sobre células de melanoma cutáneo, a través de la vía de señalización de las proteínas quinasas activadas por mitógenos (MAPK).



Carolina de Araujo Pereira da Silva BRASIL

Biología Celular y Molecular: Fisiología Celular

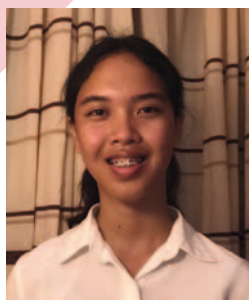
La salinomicina como caballo de Troya molecular para actuar sobre la malignidad inducida por manganeso en tumores agresivos.



Sofia Nunes BRASIL

Ingeniería Biomédica: Biomateriales y Medicina Regenerativa

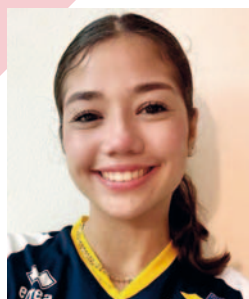
Formulación de piel artificial de bajo coste para la regeneración celular y el tratamiento de quemaduras graves.



Margareth Ac-ac FILIPINAS

Ingeniería Biomédica: Dispositivos Biomédicos

SKIMP: dispositivo portátil para la detección del cáncer de piel basado en inteligencia artificial y redes neuronales convolucionales (CNN), con programa de notificación del cáncer de piel desarrollado en Python.



Kamila Rotger-Costas y Miranda Sanz Alvarez PUERTO RICO

Ciencia de los materiales: materiales compuestos

EcoReishiFlex: una innovadora alternativa sostenible y biodegradable al plástico, elaborada a partir de polisacáridos de *Ganoderma lucidum* (hongo reishi).



LA JOVEN BECADA POR SEGUNDA VEZ CONTINÚA AVANZANDO EN SU INVESTIGACIÓN

Carolina de Araujo Pereira da Silva ha recibido dos ayudas del programa Young Women in STEM de Mary Kay por sus destacadas contribuciones al ámbito de la investigación sobre el cáncer. El premio obtenido en 2024 se destinó a seguir desarrollando el proyecto que presentó ese año, Rock the Metals! Una investigación del manganeso como desencadenante de procesos malignos y de los transportadores metálicos como objetivos terapéuticos en el tratamiento del cáncer, trabajo que contribuyó al desarrollo de la propuesta galardonada en 2025.

En mayo de 2026, Carolina fue admitida en Rice University, una de las veinte universidades mejor clasificadas de Estados Unidos, con una beca que cubre prácticamente la totalidad de sus estudios. Durante los próximos cuatro años cursará en Houston una doble titulación en Biociencias e Informática, continuando así su trayectoria investigadora.

Carolina atribuye a la confianza depositada en ella por Mary Kay y al reconocimiento recibido a través de este premio el haber podido acceder a esta extraordinaria oportunidad.

Será la primera persona de su familia en acceder a la universidad. ¡Estamos enormemente orgullosos de Carolina!

Inspirando a la próxima generación de mujeres en STEM

En Mary Kay, empoderar a las mujeres en el ámbito científico no es un momento puntual, sino un movimiento. Como empresa global impulsada por la innovación científica y por el compromiso de ayudar a las mujeres a perseguir sus sueños, estamos comprometidos con ampliar el acceso, la visibilidad y la exposición práctica a las carreras STEM para inspirar a niñas y jóvenes a verse a sí mismas como las visionarias del mañana.

En 2025, Mary Kay celebró el décimo aniversario del **Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia** (11 de febrero) con una experiencia STEM inmersiva en su centro global de Fabricación e Investigación y Desarrollo **Richard R. Rogers (R3)**, ubicado en Lewisville, Texas. Estudiantes de educación secundaria del **Lewisville Independent School District** fueron invitadas a conocer de primera mano cómo se unen las disciplinas STEM, la innovación y la creatividad dentro de una organización global de belleza y fabricación.

Las estudiantes recorrieron las instalaciones de vanguardia de R3, descubriendo todo el ciclo de vida de un producto, desde su formulación y escalado hasta el envasado y la distribución, interactuando además directamente con científicos, ingenieros y responsables de fabricación de Mary Kay. Las participantes disfrutaron de un laboratorio práctico de química cosmética, donde aprendieron los principios básicos de la formulación y los pusieron en práctica creando su propio brillo de labios, dando vida a la ciencia mediante un tono diseñado por ellas mismas.

La experiencia abordó un desafío global de gran relevancia: las mujeres siguen estando insuficientemente representadas en las disciplinas STEM, especialmente en la educación superior y en las carreras técnicas. Al ofrecer una exposición temprana, referentes femeninos y oportunidades de aprendizaje auténticas, Mary Kay ayuda a las jóvenes a imaginar lo que es posible y hasta dónde puede llevarlas su curiosidad.





Inspirando a la próxima generación de mujeres en STEM

El compromiso de Mary Kay con el impulso a las futuras líderes en STEM va mucho más allá de una única jornada. A lo largo del año, la compañía abrió las puertas de R3 a colaboradores de la comunidad y organizaciones juveniles, acogiendo, entre otras iniciativas, a varios grupos de Girl Scouts of Northeast Texas en una jornada inmersiva de exploración de carreras STEM.

Niñas de entre 7 y 12 años conversaron con mujeres líderes en disciplinas STEM, visitaron las instalaciones de R3 y participaron en actividades prácticas de laboratorio diseñadas para despertar su curiosidad y reforzar su confianza, al tiempo que obtenían sus insignias de Exploración de Carreras STEM.

En conjunto, estas experiencias reflejan el compromiso permanente de Mary Kay con la comunidad y con el fortalecimiento de la cantera de talento STEM femenino. Al abrir las puertas de entornos laborales reales, visibilizar a mujeres en puestos de liderazgo y combinar el aprendizaje práctico con una mentoría significativa, Mary Kay contribuye a sentar las bases para un progreso duradero hacia un futuro más inclusivo e innovador. Porque cuando las niñas ven la ciencia en acción, y a mujeres liderando el camino, no solo son capaces de imaginar lo que es posible, sino que también adquieren la confianza necesaria para convertir esas posibilidades en realidad.

Carrissa Dowdy inspira a las alumnas STEM de la Young Women's Leadership Academy

Carrissa Dowdy, responsable de Formulación de Producto en Mary Kay, fue invitada a participar en un encuentro con estudiantes del programa Girls Excelling in Math and Science (GEMS) de la Young Women's Leadership Academy (YWLA), dentro de su serie de actividades Women's Empowerment Series.

El acto, que contó con una conversación conducida por Deborah Ferguson, presentadora de informativos de NBC5, ofreció a las estudiantes una visión directa del recorrido profesional de Carrissa como mujer que ha desarrollado con éxito su carrera en un ámbito STEM.

A través de una conversación abierta y sincera, Carrissa compartió los desafíos a los que se enfrentó y la perseverancia necesaria para triunfar en un sector tradicionalmente dominado por hombres. Su historia puso de relieve que las trayectorias profesionales rara vez son lineales y que la resiliencia, la confianza y la curiosidad son factores clave para alcanzar el éxito a largo plazo. Las alumnas participaron con gran interés, encontrando inspiración tanto en sus logros profesionales como en su disposición a hablar con autenticidad sobre cómo superó los obstáculos encontrados en su camino.

"Ver su entusiasmo y su determinación me recordó por qué es tan importante inspirar a la próxima generación de mujeres en STEM".

– Carrissa Dowdy, responsable de Formulación de Producto, Mary Kay Inc.





SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

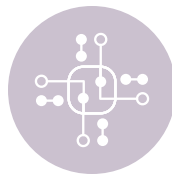


EL PODER DE LA MUJER

IMPULSADA POR EL CRECIMIENTO Y EL ÉXITO DE LAS MUJERES

Estamos comprometidos con impulsar el futuro de las mujeres en el entorno laboral.[†]

- El **60 %** de los puestos directivos (responsables y niveles superiores) están ocupados por mujeres en nuestros 10 principales mercados.
- El **63 %** de nuestro equipo ejecutivo está formado por mujeres.
- El **64 %** de nuestro personal científico de Investigación y Desarrollo son mujeres.
- El **79 %** del equipo global de Marketing de Marca y Estudio Creativo de Diseño está compuesto por mujeres.



EL AVANCE EN LA INNOVACIÓN

IMPULSANDO LA TRANSFORMACIÓN DE NUESTRO NEGOCIO

Estamos liderando una transformación digital y tecnológica que está redefiniendo la forma en que opera Mary Kay y que está permitiendo a las Consultoras de Belleza desarrollar sus negocios con éxito tanto online como de forma presencial, en cualquier momento y desde cualquier lugar.

- **Aprovechamos el potencial de la tecnología digital** y de la inteligencia artificial manteniendo al mismo tiempo el sello distintivo de servicio personalizado y atención al cliente por el que son conocidas nuestras Consultoras de Belleza Independientes.
- **Combinamos ciencia avanzada y tecnología** aplicada a la belleza para mejorar el rendimiento de nuestros productos, personalizar la experiencia de belleza y optimizar nuestros procesos de innovación a lo largo de toda la cadena de valor.
- **Diseñamos una cadena de suministro de primer nivel** para seguir prestando un servicio excelente a nuestras Consultoras de Belleza Independientes y a los consumidores de todo el mundo.



DEFENSA DE LAS OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES

IMPULSANDO OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES

Mary Kay promueve políticas que amplían el acceso de las mujeres al emprendimiento a través de la venta directa, ayudando a crear vías hacia la independencia, el desarrollo personal y las oportunidades económicas. Nuestro enfoque se centra en:

- **Fomentar un entorno inclusivo y de apoyo** para las mujeres propietarias de pequeñas empresas.
- **Incrementar el conocimiento** entre los responsables políticos sobre la oportunidad de negocio que Mary Kay ofrece a las mujeres en Estados Unidos y en todo el mundo.
- **Proteger la flexibilidad** de los emprendedores independientes y contribuir a configurar un entorno normativo más predecible.
- **Conectar a nuestras Consultoras de Belleza Independientes** con representantes públicos y responsables políticos, garantizando que la voz de los emprendedores y propietarios de pequeñas empresas sea escuchada en los debates sobre políticas públicas.



63%
DE LA PLANTILLA GLOBAL es femenina.

MARY KAY ES LA MARCA N.º **1** DE VENTA DIRECTA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL Y COSMÉTICOS DE COLOR DEL MUNDO* por cuatro años consecutivos.

163,9 mil

MILLONES DE DÓLARES en ventas minoristas globales generadas por la industria de la venta directa.**

[†] Fuente: Women Leadership & Representation at Mary Kay, mayo de 2026.

* Fuente: Euromonitor International Limited; Beauty and Personal Care 2026 Edition, ventas en valor a precio de venta al público (RSP), datos de 2025.

** Fuente: World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) – 2024.



UNA COMPAÑÍA CREADA POR UNA MUJER PARA LAS MUJERES

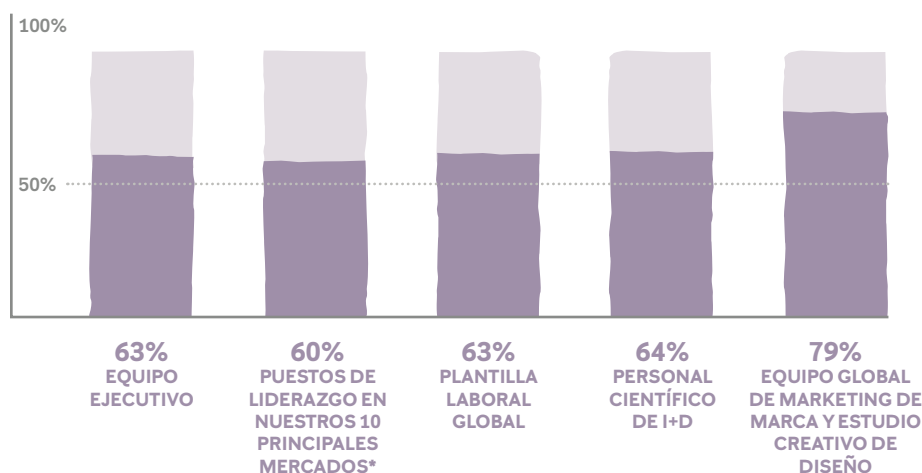
Mary Kay Ash fundó esta compañía con el sueño de enriquecer la vida de las mujeres en todo el mundo. Lo que comenzó en 1963 como un pequeño acto de valentía se ha convertido en una marca de belleza atemporal impulsada por un propósito, transformando vidas y fomentando el crecimiento personal.



Al describir la oportunidad de negocio de Mary Kay, Mary Kay Ash afirmó sabiamente: “Nada sucede hasta que alguien vende algo”.

¿Sabías que...? De los veinte perfiles incluidos en Forbes Greatest Business Stories of All Time (1996), Mary Kay Ash es la **única mujer** reconocida junto a figuras como Bill Gates, Henry Ford, J. P. Morgan y Walt Disney.

UNA SÓLIDA REPRESENTACIÓN EN TODA NUESTRA PLANTILLA



LA FÓRMULA PARA SEGUIR SIENDO UN ICONO

Hablando de propósito, innovación digital y del poder de las mujeres apoyando a otras mujeres



Como invitadas especiales del podcast The Direct Approach, impulsado por Direct Selling News, Tara Eustace, Chief Opportunity and Sales Officer, y la Dra. Lucy Gildea, Chief Brand and Scientific Officer, ofrecieron una interesante visión sobre lo que convierte hoy a Mary Kay en un icono global y sobre cómo la marca continúa evolucionando como líder de la venta directa con presencia en 40 mercados.

Estamos orgullosos de nuestra trayectoria impulsando a las mujeres y creemos que el verdadero progreso se logra construyendo una cultura inclusiva en la que todas las personas puedan prosperar, contribuir y alcanzar el éxito

Melinda Foster Sellers. Chief People Officer



*Fuente: Women Leadership & Representation at Mary Kay – mayo de 2026.



HUELLA GLOBAL

40 mercados en todo el mundo

Mary Kay dio su primer paso internacional al abrir una filial en la región de Asia-Pacífico en 1971, seguida posteriormente por otros mercados en Norteamérica (1978), Latinoamérica (1980) y Europa (1986).

Las expansiones más recientes incluyen Dinamarca (2023), Hungría (2023) y Kirguistán (2024).

ANIVERSARIOS DE NUESTROS MERCADOS EN 2025

Argentina	China	Portugal	Eslovaquia	Armenia
45	30	30	25	15
Kazajistán	Malasia	Filipinas	Colombia	Kirguistán
25	25	25	10	1

RECONOCIMIENTOS EN LOS MERCADOS

México: Mary Kay recibió en 2024 y nuevamente en 2025 el prestigioso reconocimiento de Empresa Socialmente Responsable, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y ALIARSE por México, en reconocimiento al firme compromiso de la compañía con la responsabilidad social corporativa, la ética y la sostenibilidad.

Portugal: La revista Human Magazine destacó a Mary Kay como una de las «Empresas Excelentes para Trabajar en Portugal» por segundo año consecutivo (abril de 2025).

China: La organización Golden Bee Think reconoció a Mary Kay durante la 18.ª Conferencia Internacional sobre Informes de Sostenibilidad, celebrada en Pekín. De las 3.100 empresas que presentaron informes de sostenibilidad en 2025, Mary Kay se situó entre el 3 % mejor valorado y recibió un Premio Golden Bee por su excelencia en la divulgación de información sobre igualdad de género.

NUESTROS LOGROS

Durante cuatro años consecutivos (2023-2026), Mary Kay Inc. ha sido reconocida por Euromonitor International como la marca de venta directa de productos para el cuidado de la piel y cosméticos de color n.º 1 del mundo.



MARY KAY



Mary Kay ocupó el segundo puesto en la lista Forbes 2026 Best Customer Service, entre un total de 3.500 marcas evaluadas.

Mary Kay es la única marca de belleza presente entre las 15 primeras posiciones y la única empresa de venta directa incluida entre las 50 primeras. Este reconocimiento refleja la excelencia del servicio que prestan nuestras Consultoras de Belleza Independientes y los equipos de Atención al Cliente en todo el mundo.

**Fuente: Euromonitor International Limited; Beauty and Personal Care 2026 Edition, ventas en valor a precio de venta al público (RSP), datos de 2025*



30 AÑOS EN CHINA: Un recorrido de educación en belleza y empoderamiento femenino

En 2025, Mary Kay celebró su 30.º aniversario en China, donde su cartera de productos incluye cuidado de la piel, maquillaje, cuidado corporal, fragancias y complementos nutricionales para ofrecer un enfoque integral de la belleza interior y exterior.



La campaña «Thirty and Thriving» celebró una serie de hitos empresariales y logros alcanzados por la compañía a lo largo de tres décadas de actividad en China

Desde 1995:

- Millones de mujeres han desarrollado sus negocios con Mary Kay.
- Más de 100 premios de producto.
- Más de 10.000 coches rosas, incluidas opciones eléctricas.
- 260.000 niñas apoyadas a través de programas significativos de Responsabilidad Social Corporativa.

¿Sabías que...? En 2006, Mary Kay estableció su segunda planta de fabricación en Hangzhou, provincia de Zhejiang. Con una inversión acumulada de 700 millones de yuanes, esta instalación ha proporcionado una base sólida para la rápida expansión del mercado y para el desarrollo de productos adaptados a las necesidades específicas de las mujeres chinas.

Mejor empleador

En 2003, Mary Kay China recibió por primera vez el reconocimiento de «Mejor Empleador» otorgado por la edición china de la revista Fortune. Desde entonces, ha obtenido este prestigioso galardón en cinco ocasiones. En 2023, Mary Kay China volvió a ser reconocida con otro importante premio empresarial al obtener el título de «Best Innovative Practice Employer» en los premios Forbes China Best Employer.



CHINA EN CIFRAS

1.400
MILLONES

POBLACIÓN DE
CHINA EN 2025

(Fuente: National Bureau of
Statistics, 2025)

1

IDIOMA OFICIAL

MÁS DE

130

DIALECTOS

61,6%

TASA DE PARTICIPACIÓN
FEMENINA EN LA FUERZA
LABORAL

(Informe Global sobre la Brecha de
Género del WEF, 2025)

56

GRUPOS ÉTNICOS



Transformación empresarial: Liberando el poder de lo digital

La transformación digital y tecnológica de Mary Kay está redefiniendo la forma en que opera la compañía, al tiempo que permite a nuestras Consultoras de Belleza Independientes gestionar sus negocios de manera fluida tanto online como presencialmente, en cualquier momento y desde cualquier lugar.

- En el núcleo de esta transformación se encuentra una estrategia **cloud-first** y una modernización integral de la infraestructura tecnológica de Mary Kay, que incluye la migración de más del 95 % de las aplicaciones personalizadas a plataformas SaaS integradas*. Esta evolución da soporte a operaciones críticas, desde el comercio electrónico hasta la cadena de suministro y los sistemas ERP**, mejorando la escalabilidad y la eficiencia.
- Innovaciones digitales como la plataforma **Mi tienda online** permiten a las Consultoras de Belleza Independientes gestionar sus escaparates online personalizados, totalmente integrados con los sistemas de comercio electrónico, pagos y gestión de pedidos de Mary Kay. Mi tienda online combina la venta relacional y personalizada de alto valor añadido con un comercio digital escalable, permitiendo a las Consultoras ampliar su alcance, ganar flexibilidad y desarrollar sus negocios en un entorno híbrido y omnicanal.

“Los consumidores esperan experiencias de compra fluidas y transparentes. Nuestro objetivo ha sido crear una experiencia online sin fricciones para nuestras Consultoras de Belleza Independientes, permitiéndoles convertirse en auténticas profesionales omnicanal y hacer posible el comercio en cada punto de contacto”

Deborah Gibbins.
Chief Transformation and
Financial Officer



* Una solución SaaS (Software as a Service) es un modelo de software basado en la nube que permite acceder a las aplicaciones de forma remota a través de Internet.

** Las soluciones ERP globales son sistemas especializados de planificación de recursos empresariales diseñados para gestionar operaciones multinacionales en distintos países, regiones, monedas e idiomas, integrando procesos empresariales como finanzas, recursos humanos, ventas y gestión de inventario en una única plataforma que permite un flujo de datos continuo y análisis en tiempo real.



Nueva plataforma comercial entre consumidores y Consultoras de Belleza Independientes

Mi tienda online permite a las Consultoras de Belleza atender a sus clientes de forma fluida más allá de las interacciones presenciales, ofreciendo acceso a las compras las 24 horas del día, los 7 días de la semana, al tiempo que mantienen sus relaciones y su servicio personalizados.

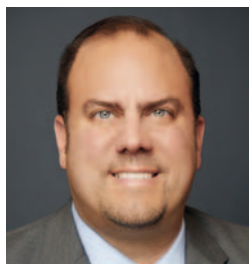
Lanzada inicialmente en Alemania y Estados Unidos en 2025, la plataforma se está implantando progresivamente en los distintos mercados globales.

IA: un enfoque basado en el valor

Mary Kay adopta un enfoque disciplinado y orientado al valor en relación con la inteligencia artificial (IA), dando prioridad a:

- **Casos de uso con una eficiencia clara y medible.** Estamos integrando progresivamente la IA en funciones clave, entre ellas Tecnologías de la Información, Marketing y Creatividad, Investigación y Desarrollo, Fabricación y Cadena de Suministro, identificando procesos manuales y repetitivos en los que la automatización y el análisis avanzado pueden impulsar la eficiencia, la innovación y el rendimiento.
- **Gobernanza de la IA:** Hemos creado un Comité Interno de Inteligencia Artificial para orientar la visión estratégica, supervisar la implantación y garantizar la alineación con la tolerancia al riesgo de la compañía, así como con los estándares legales, éticos y de seguridad establecidos. Este comité desempeña un papel fundamental en la priorización de iniciativas, la validación del impacto empresarial y la aceleración de la adopción responsable de las soluciones de IA aprobadas en toda la organización.
- **Formación de los empleados para impulsar una innovación responsable a largo plazo.** A través de una red específica de AI Champions y de programas estructurados de formación, los equipos disponen de los recursos necesarios para comprender tanto el potencial como los riesgos asociados a la inteligencia artificial, fomentando una cultura de adopción informada, aprendizaje continuo e innovación a gran escala.

“Consideramos la IA como un multiplicador que refuerza nuestra sólida cultura impulsada por un propósito, fomentando la experimentación y promoviendo una mentalidad abierta al cambio. La IA nos ayuda a avanzar con mayor rapidez y a garantizar que el progreso digital se traduzca en resultados sostenibles tanto para el negocio como para las personas. La tecnología por sí sola no impulsa el cambio; las personas sí lo hacen.”



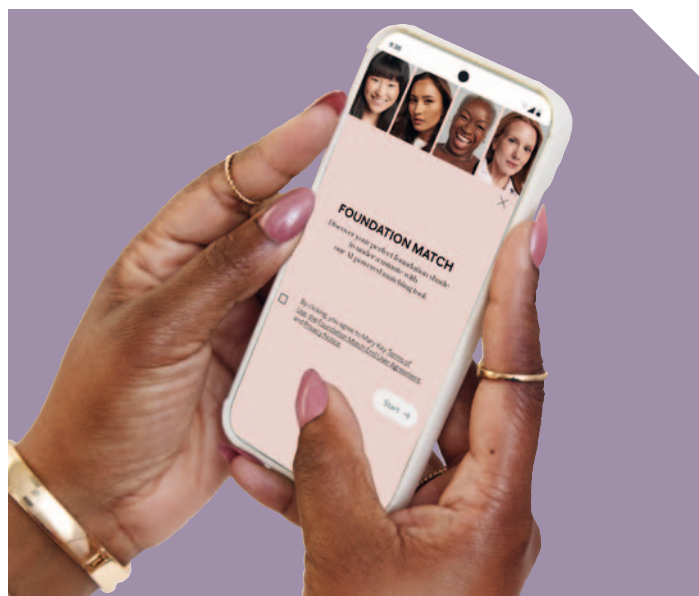
James Whatley, Chief
Information Officer



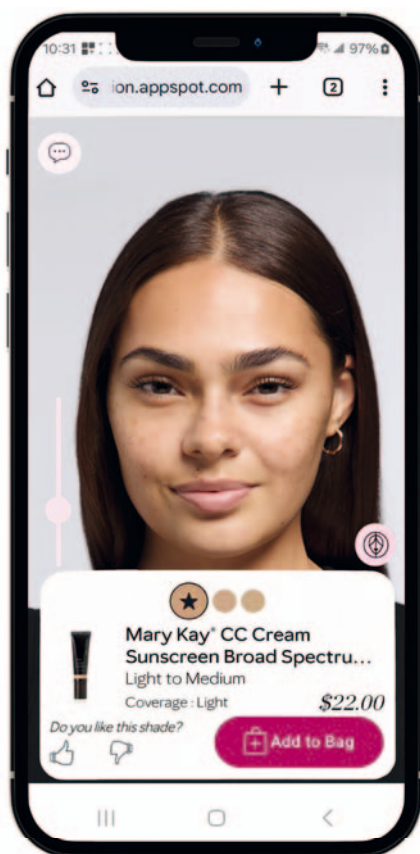
DONDE LA CIENCIA AVANZADA SE ENCUENTRA CON LA TECNOLOGÍA APLICADA A LA BELLEZA

En Mary Kay, la tecnología aplicada a la belleza y la innovación científica avanzada son elementos fundamentales para impulsar un crecimiento sostenible, centrándose en desarrollar productos de alto rendimiento, mejorar la experiencia de nuestras Consultoras de Belleza Independientes y de los consumidores, y promover prácticas empresariales más inteligentes y responsables en nuestras operaciones globales.

Para personalizar las recomendaciones de productos y mejorar la experiencia del cliente, Mary Kay también ha incorporado herramientas impulsadas por inteligencia artificial, como la herramienta Encuentra tu tono, disponible en todo el mundo.



Nuestras Consultoras de Belleza Independientes cuentan ahora con un potente aliado digital que potencia sus negocios, refuerza la confianza de los clientes y redefine la forma de ofrecer experiencias de belleza en un entorno impulsado por la tecnología.



Encuentra tu tono, la herramienta impulsada por IA: novedad en la industria de la venta directa

Lanzada en 2025, la herramienta premiada **“Encuentra tu tono”** utiliza inteligencia artificial avanzada para escanear el rostro de una cliente desde su dispositivo móvil y ofrecer recomendaciones personalizadas del tono de base de maquillaje en cuestión de segundos, permitiendo identificar con precisión 151 puntos faciales.

La herramienta basada en IA se apoya en una escala desarrollada científicamente que proporciona una comprensión inclusiva y precisa de los distintos tonos de piel. La tecnología captura el tono de piel de la usuaria mediante la cámara de su dispositivo y lo compara con el tono de base Mary Kay® más adecuado, analizando el tono de piel de la persona y los correspondientes valores RGB de los productos de maquillaje Mary Kay®.

Encuentra tu tono está integrado en la experiencia de compra online y puede utilizarse a través de marykay.es o el catálogo interactivo de belleza.

PREMIADA

Encuentra tu tono de Mary Kay, una herramienta impulsada por IA recibió el Premio a la Innovación 2025 en Alemania, concedido por la Asociación Alemana de Venta Directa (BDD).



Lo suficientemente suave como para utilizarse cada noche desde el primer día, Retinol 0.3 Clinical Solutions® ha demostrado clínicamente mejorar el aspecto de las arrugas, la firmeza, la luminosidad, la suavidad y la uniformidad del tono de la piel.

POTENCIA EN INNOVACIÓN:
MARY KAY CUENTA CON 1.600 PATENTES



Restaurador de la Barrera 1:1:3 Clinical Solutions® comienza a reforzar la barrera cutánea en un 43 % en tan solo tres horas.*

* Basado en un estudio clínico realizado con 21 participantes que utilizaron Restaurador de la Barrera 1:1:3 Clinical Solutions® dos veces al día durante tres días.

La innovación nunca se detiene

En Mary Kay, la innovación es un proceso continuo basado en el avance científico constante y en una gestión responsable del producto. En lugar de considerar el lanzamiento de un producto como una meta final, evaluamos y perfeccionamos continuamente nuestras fórmulas a partir de nuevos descubrimientos científicos, estudios sobre los consumidores, ensayos clínicos y la evolución de los requisitos normativos.

Este enfoque de mejora continua contribuye a prolongar la relevancia de los productos mediante la optimización de su rendimiento, la garantía de su seguridad y el mantenimiento de la conformidad con los requisitos regulatorios globales. Al integrar el rigor científico y la capacidad de adaptación a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, desarrollamos innovaciones que evolucionan al mismo ritmo que las necesidades de los consumidores y los avances científicos.

El producto **Retinol 0.3 Clinical Solutions®**, lanzado en 2025, es un ejemplo de este enfoque. Basándose en los últimos avances en la ciencia de los retinoides, esta fórmula fue desarrollada para ofrecer beneficios antiedad clínicamente demostrados con una mayor tolerancia cutánea, al tiempo que se adapta de forma proactiva a los requisitos regulatorios internacionales en constante evolución.

Tecnología exclusiva de recuperación de la barrera cutánea

A medida que avanza el conocimiento científico sobre la salud de la barrera cutánea, mantener una barrera cutánea saludable se ha convertido en un elemento fundamental para la salud de la piel. Partiendo de estos conocimientos científicos, los investigadores de Mary Kay desarrollaron **Restaurador de la Barrera 1:1:3 Clinical Solutions®** para ayudar a restaurar la barrera protectora natural de la piel.

La fórmula incorpora una proporción exclusiva y patentada de 1:1:3 de ácidos grasos, ceramidas y colesterol, diseñada para reponer los lípidos esenciales de la piel y favorecer la recuperación de la barrera cutánea. También incluye un complejo propio de ingredientes que ayuda a reducir visiblemente el enrojecimiento de la piel actuando sobre las vías biológicas asociadas a la inflamación crónica y al flujo sanguíneo.

Al seguir desarrollando nuestras fórmulas mediante la investigación científica, la validación clínica y la anticipación regulatoria, Mary Kay amplía el valor y la vida útil de sus innovaciones, demostrando que la innovación responsable no constituye un logro puntual, sino un compromiso permanente.



DISEÑANDO UNA CADENA DE SUMINISTRO DE PRIMER NIVEL

Nuestro compromiso con la ciencia, la innovación de productos, la gestión responsable del producto y la fabricación responsable garantiza que la seguridad, el rendimiento y la sostenibilidad estén presentes en todo lo que creamos. Desde la selección de ingredientes y materiales hasta la producción, nuestro proceso refleja un estándar de excelencia inquebrantable que sitúa siempre al cliente en el centro de nuestra actividad.

Certificación ISO 22716 para los procesos globales de fabricación

En 2025, Mary Kay obtuvo la certificación ISO 22716, el estándar internacional de referencia para las Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) de productos cosméticos, reforzando el firme compromiso de la compañía con la calidad de los productos, la seguridad y la confianza de los consumidores en todo el mundo.

¿Sabías que...? La norma ISO 22716 establece directrices internacionales integrales, alineadas con los estándares de la Unión Europea, para la producción, el control, el almacenamiento y la distribución de productos cosméticos, garantizando la seguridad y la calidad en todas las etapas del proceso de fabricación.



Construido sobre una parcela de 10 hectáreas, el Centro de Fabricación e Investigación y Desarrollo Richard R. Rogers (R3), con certificación LEED Silver, está ubicado en Lewisville, Texas (Estados Unidos).

“En Mary Kay, la seguridad y la calidad de los productos forman parte de nuestra cultura y están integradas en todos los



aspectos de nuestra actividad”

Mike Triggs, Vice President of Global Product Quality

CENTRO DE FABRICACIÓN E I+D RICHARD R. ROGERS (R3). CIFRAS CLAVE

100
MILLONES DE DÓLARES
DE INVERSIÓN

42.000
METROS CUADRADOS
DE SUPERFICIE CONSTRUIDA

¡CAPACIDAD PARA
PRODUCIR HASTA
1
MILLÓN
DE UNIDADES DE
PRODUCTO AL DÍA
A TRAVÉS DE SUS 22
LÍNEAS DE ENVASADO!

60%
DE LOS PRODUCTOS
FABRICADOS EN ESTA
INSTALACIÓN SE EXPORTAN A
MERCADOS INTERNACIONALES,
APOYANDO LA PRESENCIA DE LA
COMPAÑÍA EN 40 MERCADOS DE
TODO EL MUNDO.



Apostando por la observación del puesto de trabajo y la formación cruzada: Beneficios demostrados en el rendimiento de la cadena de suministro

Los equipos de **Operaciones y Planificación de Mary Kay** en el Centro de Fabricación e I+D Richard R. Rogers (R3) pusieron en marcha una **iniciativa de observación del puesto de trabajo entre áreas funcionales**, diseñada para fomentar una mejor colaboración y una mayor capacidad de innovación. Durante varias semanas, los miembros de ambos equipos intercambiaron temporalmente sus entornos de trabajo, sustituyendo el trabajo de oficina por experiencia práctica en las líneas de producción y viceversa. La observación de funciones entre departamentos permite a los equipos acercarse al núcleo de la actividad de fabricación, generando ideas y aprendizajes que conducen a decisiones más acertadas, una mejor resolución de problemas y una mayor agilidad operativa.

Hito logístico: 40 años de innovación en ASRS

Ubicado en Texas, el almacén corporativo de Mary Kay, conocido como ASRS (Automated Storage and Retrieval System, Sistema Automatizado de Almacenamiento y Recuperación), actúa como centro logístico de la compañía, gestionando miles de envíos a escala mundial mediante automatización avanzada y prácticas sostenibles. Operando cinco días a la semana durante 16 horas diarias, ASRS gestiona entregas nacionales e internacionales por vía terrestre, aérea y marítima. Todos los productos terminados, artículos promocionales, componentes y materias primas procedentes de nuestras instalaciones de I+D y fabricación o de otros proveedores se almacenan en sus 19.665 ubicaciones para palés. En 2025, ASRS celebró con orgullo su 40.º aniversario de innovación.

CIFRAS CLAVE (ANUALES)



En 2022, el AGV n.º 13 se pintó de rosa en honor al legendario número de la suerte de Mary Kay Ash.

2.000

ENVÍOS DE SALIDA
REALIZADOS MEDIANTE
CONTENEDORES,
TRANSPORTE AÉREO Y
CAMIONES.



400

ENVÍOS INTERNACIONALES
ENTRANTES PROCESADOS.

3.800

ENVÍOS NACIONALES
RECIBIDOS.



Creemos en las mujeres antes de que ellas crean en sí mismas

Nuestro compromiso con la venta directa

La oportunidad de negocio de Mary Kay permite a mujeres de todo el mundo desarrollar sus propios negocios en sus propios términos, comercializando productos Mary Kay® de alta calidad, compartiendo belleza y confianza en sus comunidades y obteniendo ingresos complementarios con flexibilidad.

A través de la venta directa, nos enorgullece fomentar una vía de acceso al emprendimiento independiente de bajo riesgo que evoluciona al ritmo de las necesidades de las mujeres y de los consumidores en cada etapa de sus vidas.

En todo el mundo, millones de mujeres han enriquecido sus vidas y las de muchas otras personas gracias a sus negocios Mary Kay.

Impulsada por su misión de «enriquecer la vida de las mujeres» y dirigida por su **CEO, Ryan Rogers**, Mary Kay opera en 40 mercados de todo el mundo.

Mary Kay es una compañía familiar de venta directa, de propiedad y gestión familiar, que permite a las mujeres crear negocios independientes y flexibles mediante la venta de productos de cuidado de la piel y cosméticos.

Cuando compras a una Consultora de Belleza, estás apoyando a un negocio local liderado por una mujer y a las familias y comunidades que prosperan gracias a él

Tara Eustace, Chief Opportunity and Sales Officer



EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA VENTA DIRECTA

- Con más de 100 millones de personas participando en ella a nivel mundial, la industria de la venta directa aporta miles de millones a las economías nacionales cada año mediante las ventas, los ingresos fiscales y la generación de oportunidades. El 72 % de los representantes independientes son mujeres.*



- La venta directa está abierta a todas las personas, independientemente de su edad, procedencia, formación o experiencia, ofreciendo igualdad de oportunidades a cualquiera que esté dispuesto a esforzarse.

*Fuente: World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA).



CIFRAS CLAVE

A NIVEL GLOBAL

SE PREVÉ QUE EL
MERCADO MUNDIAL
DE LA VENTA
DIRECTA ALCANCE
APROXIMADAMENTE

815.400
MILLONES DE
DÓLARES

EN 2034, FRENTE A UNA
ESTIMACIÓN DE 418.400
MILLONES DE DÓLARES
EN 2024.*

EN ESTADOS UNIDOS

LA VENTA DIRECTA APORTA
ANUALMENTE A LA ECONOMÍA
ESTADOUNIDENSE MÁS DE

79.000

MILLONES DE
DÓLARES, APOYANDO EL
GASTO DE LOS HOGARES, LAS
CADENAS DE SUMINISTRO Y LOS
INGRESOS PÚBLICOS.**

73%

DE LAS
PERSONAS
DEDICADAS
A LA VENTA
DIRECTA EN
ESTADOS
UNIDOS SON
MUJERES.†

34.700

MILLONES DE
DÓLARES

EN VENTAS MINORISTAS
GENERADAS A TRAVÉS
DE ACTIVIDADES DE
VENTA DIRECTA

MÁS DE

12,2
MILLONES

DE CONTRATISTAS
INDEPENDIENTES
PARTICIPAN EN
ACTIVIDADES DE VENTA
DIRECTA EN EE.UU.,
OBTENIENDO INGRESOS
COMPLEMENTARIOS Y
CREANDO SUS PROPIOS
NEGOCIOS (CON
REPRESENTACIÓN EN
TODOS LOS ESTADOS DEL
PAÍS).**

¿SABÍAS QUE...?

Mary Kay utiliza un modelo de venta directa: nuestros productos son adquiridos por Consultoras de Belleza Independientes, que los venden directamente a sus clientes a precio de venta al público mediante relaciones personales e interacciones individuales, en lugar de hacerlo a través de establecimientos minoristas tradicionales.



ESTADOS UNIDOS: Presentando Mary Kay a la próxima generación mediante una serie en redes sociales

Lanzada en 2025, la serie para redes sociales "Miss Conceptions" abordó con humor, autenticidad y relevancia cultural conversaciones sinceras sobre la marca Mary Kay y su oportunidad de negocio.

Miss Conceptions presentó una nueva personalidad digital dirigida a la próxima generación de amantes de la belleza y aspirantes a emprendedores, transmitiendo la idea de que Mary Kay es un lugar donde la belleza y las oportunidades se encuentran.

* Tajammul Pangarkar. (24 de marzo de 2025). Direct Selling Market to Reach USD 815.4 Billion by 2034 at 6.9% CAGR. Recuperado de: <https://www.news.market.us/direct-selling-market-news/>

** Fuentes: DSEF 2026 US Economic Impact Report y DSEF 2025 US Growth & Outlook Study.

† U.S. Direct Selling Association.



Defendiendo los intereses de las mujeres

Mary Kay cuenta con una larga trayectoria apoyando políticas que protegen y amplían el acceso de las mujeres al emprendimiento a través de la venta directa.

Creemos que la venta directa constituye una vía eficaz para que las mujeres creen sus propios negocios, obtengan ingresos complementarios en sus propios términos y desarrollen la confianza, las capacidades y el apoyo necesarios para prosperar.

Defendemos marcos normativos que reconozcan el valor del trabajo independiente y contribuyan a eliminar barreras que puedan limitar la capacidad de las mujeres para poner en marcha, mantener y hacer crecer sus propios negocios. A través de esta labor, apoyamos un ecosistema emprendedor más inclusivo, que permita a las mujeres generar ingresos complementarios, desarrollar su independencia, adquirir nuevas capacidades y crear oportunidades económicas sostenibles en sus propios términos.

Un hito en la defensa del emprendimiento: Un nuevo proyecto de ley avanza en la protección de la venta directa y del trabajo independiente en Estados Unidos

El 17 de septiembre de 2025, la Direct Selling Association (DSA) celebró el Direct Selling Day on Capitol Hill, una jornada en la que emprendedores de todo el país se movilizaron para apoyar la iniciativa legislativa H.R. 3495.

Este acontecimiento marcó un avance significativo al lograr que un comité de la Cámara de Representantes impulsara la tramitación del proyecto de ley, que aclara que los vendedores directos y los agentes inmobiliarios tienen la consideración de contratistas independientes conforme a la Fair Labor Standards Act (FLSA).

Una visión más amplia: El impacto económico de la venta directa*

- **79.200 millones de dólares** aportados a la economía estadounidense.
- **11.400 millones de dólares** aportados a los ingresos públicos.
- **12,2 millones** de vendedores directos en todo el país.
- **34.700 millones de dólares** en ventas minoristas generadas cada año.

Conectando a los emprendedores directamente con los responsables políticos

La celebración del **Día de la Venta Directa** en el Capitol Hill, promovida por la Asociación de la Venta Directa (DSA) en septiembre, permitió que más de 85 profesionales y directivos de la venta directa de todo el país se reunieran con más de 100 legisladores, trasladando directamente a los responsables de la toma de decisiones sus historias personales, experiencias empresariales y conocimientos del sector. Juntos compartieron qué significa realmente ser propietario de una pequeña empresa y emprendedor: establecer su propio horario, compatibilizar el trabajo con las responsabilidades familiares y desarrollar su actividad fuera del modelo laboral tradicional de oficina. Para estas personas, y para millones más, la venta directa supone mucho más que unos ingresos adicionales. Representa independencia, flexibilidad y empoderamiento.



* Direct Selling Education Foundation (DSEF), U.S. Economic Impact Report 2026.



Generar confianza a través de la voz de los emprendedores

En Mary Kay, la actividad de defensa institucional es una extensión de la misión y de la cultura de la compañía. Nuestras iniciativas de representación y participación institucional de base se nutren de la red de Consultoras de Belleza Independientes, cuyas experiencias de primera mano aportan una dimensión humana a los debates sobre políticas públicas. Al impulsar a las mujeres emprendedoras para que compartan sus historias, fomentar una participación constructiva y dar prioridad a las relaciones a largo plazo con los responsables políticos, Mary Kay ha desarrollado un modelo de representación basado en la autenticidad.



FORMAMOS PARTE DE MÁS DE 100 ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Y SECTORIALES EN TODO EL MUNDO.



“Desde nuestra creación en 1963, nuestros productos se venden exclusivamente a través de nuestras Consultoras de Belleza Independientes, emprendedoras que desarrollan sus propios negocios y conectan con sus clientes en sus comunidades.

Las Consultoras de Belleza son propietarias independientes de pequeños negocios que definen el éxito en sus propios términos, contando al mismo tiempo con el apoyo de Mary Kay y de toda la comunidad Mary Kay.

Las políticas públicas afectan con frecuencia a la forma en que los emprendedores independientes desarrollan su actividad, por lo que resulta importante participar para asegurar que sus perspectivas sean comprendidas.

Cuando nuestras Consultoras de Belleza Independientes dialogan con los responsables políticos, comparten experiencias reales relacionadas con el emprendimiento, la gestión de pequeñas empresas y la generación de oportunidades económicas.

Las historias auténticas aportan con frecuencia una valiosa dimensión humana a los debates sobre políticas públicas.”

Anne Crews, Vice President of Public Affairs and Government Relations



Informar a los responsables políticos sobre la oportunidad de negocio Mary Kay

- **Sesiones de cuidado de la piel en el Congreso y mesas redondas sobre emprendimiento**, en las que los legisladores conocen a Consultoras de Belleza locales y escuchan de primera mano cómo desarrollan sus negocios en un entorno reducido y cercano.
- **Poner en contacto a los responsables políticos con sus propios electores** les ayuda a comprender la presencia de emprendedores en sus comunidades, el impacto económico que representan en sus distritos y la repercusión que la legislación puede tener sobre las Consultoras de Belleza Independientes de Mary Kay.
- **Visitas institucionales** a instalaciones de Mary Kay, donde los responsables políticos conocen de primera mano nuestras instalaciones, así como a los empleados y emprendedores vinculados a nuestra actividad empresarial.





Alineación global ESG

En Mary Kay nos sentimos orgullosos de ser una empresa familiar de capital privado. Contribuir positivamente a las comunidades forma parte esencial de nuestra cultura. Asimismo, nos exigimos cumplir los más altos estándares en materia de **medioambiente, sociedad y gobernanza** (ESG, por sus siglas en inglés). Por ello, desarrollamos nuestra actividad en consonancia con diversos marcos internacionales.

- En marzo de 2019, Mary Kay dio el primer paso en su recorrido dentro de los **Principios para el Empoderamiento de las Mujeres** (Women's Empowerment Principles, WEPs) al convertirse en firmante global durante la 63.^a Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW63). La región Asia-Pacífico de Mary Kay se sumó a los WEPs en 2023. Estos principios proporcionan un marco integral para que las empresas promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el entorno laboral, el mercado y la comunidad, impulsando resultados positivos tanto para la sociedad como para las empresas.
- En 2021, Mary Kay pasó a formar parte del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** (United Nations Global Compact, UNGC), una iniciativa voluntaria que anima a las empresas a adoptar prácticas sostenibles y socialmente responsables. La iniciativa se basa en diez principios que abarcan los derechos humanos, las normas laborales, el medioambiente y la lucha contra la corrupción. Cada año publicamos nuestro informe Communication on Progress para el UNGC. Asimismo, publicamos nuestro Informe de Sostenibilidad de Mary Kay para compartir nuestros avances en sostenibilidad, las principales iniciativas desarrolladas y nuestro trabajo conjunto con organizaciones externas, entidades sin ánimo de lucro, asociaciones sectoriales y organismos intergubernamentales.
- Alineación con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** (ODS) de las Naciones Unidas. Mary Kay contribuye a los ODS definidos por las Naciones Unidas y desarrolla sus prioridades y compromisos en el marco de importantes iniciativas internacionales, incluidos los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los siete Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y los Principios para un Océano Sostenible.

Políticas y declaraciones públicas de Mary Kay

El compromiso de Mary Kay con las cuestiones laborales en relación con sus empleados queda recogido en su **Manual del Empleado**.

Mary Kay también dispone de un **Código Global de Ética para Proveedores y de una Guía de Responsabilidad para Proveedores**, documentos que establecen el compromiso de la compañía con sus valores y las expectativas relativas a la aplicación de estándares y prácticas empresariales éticas por parte de los socios que integran su cadena de suministro.

Asimismo, Mary Kay cuenta con una **Política Global de Cumplimiento Anticorrupción**, que recoge la posición y el compromiso de la compañía con la promoción y defensa de los valores éticos fundamentales sobre los que se sustentan sus operaciones en todo el mundo, reforzando el principio de gobernanza de «hacer lo correcto». Esta política es aplicable a empleados, directivos, miembros del consejo, proveedores y otros terceros que mantengan relaciones comerciales con Mary Kay, incluidas sus filiales, así como al cumplimiento de la legislación anticorrupción y antisoborno vigente en los países donde opera la compañía.

Mary Kay mantiene igualmente su compromiso con el fortalecimiento de la diversidad de proveedores dentro de su cadena de suministro. Para ello, continúa colaborando con **EcoVadis**, plataforma independiente de evaluación ESG de proveedores que analiza las actuaciones de estos en cuatro ámbitos principales: Ética, Medioambiente, Derechos Humanos y Laborales, y Compras Sostenibles, utilizando evidencias verificadas. EcoVadis es una plataforma de referencia a nivel mundial en materia de calificaciones de sostenibilidad empresarial.

Contamos con más de 60 años de trayectoria como líderes en la industria de la venta directa. Como miembro de la Direct Selling Association (DSA) de Estados Unidos, nos regimos por los más altos estándares establecidos en el **Código Ético de la DSA**.



MARY KAY

Mary Kay Cosmetics de España

Calle Mahonia 2, planta jardín

28043 Madrid

Para más información, visita: marykay.es



@marykayespana

