

1-1-2017

Análisis de una empresa B : aplicado al caso de Natura Cosméticos en Colombia

Janneth Milena Collazos Pérez

Leidy Caterine Galeano Roa

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Collazos Pérez, J. M., & Galeano Roa, L. C. (2017). Análisis de una empresa B : aplicado al caso de Natura Cosméticos en Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1442

This Trabajo de Grado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Marzo de 2017

Análisis de una empresa B: aplicado al caso de Natura Cosméticos en Colombia

Un nuevo modelo de empresa que va de la mano con la
economía y la sociedad.

UNIVERSIDAD DE
LASALLE

**COLLAZOS PEREZ JANNETH MILENA

***GALEANO ROA LEIDY CATERINE

Resumen

El artículo, plantea, de manera general , que la mayoría de organizaciones existentes se enfocan en llevar a cabo su actividad económica, lucrándose mediante ella, y así lograr el pago de sus obligaciones, el aumento en sus activos , como en su patrimonio y la respectiva disminución de su pasivos , esta actividad económica se lleva de manera ciclar durante la vida de la empresa, pero estas organizaciones sólo se concentran en aumentar su capital económico, dejando aspectos sociales y ambientales a un lado, convirtiéndose en un tema poco importante para la organización.

Con el paso del tiempo cada vez, son más las empresas que se están preocupando por resolver los problemas sociales y ambientales que se evidencian actualmente, es por ello que surge la necesidad de fomentar el interés de hacer parte de un nuevo modelo global, que cada vez toma mayor auge, Sistema B, empresas que combinen su lucro con la solución de problemas sociales y ambientales, aspirando a ser las mejores empresas para el mundo.

Natura Cosméticos Ltda., con operación en Colombia, es un claro ejemplo de ser un modelo de empresa, es por ello que describiremos el proceso que llevo a cabo la compañía para ser una empresa B, los compromiso sociales y ambientales que se llevan a cabo en su negocio y el rol cultural que obra, para incentivar a sus colaboradores la importancia de ser una empresa para el mundo.

Palabras Clave

Natura Cosméticos Ltda., Empresa B, compromiso social y ambiental, impactos positivos, teoría administrativa.

Abstract

The article presents, in general, most existing organizations focus on carrying out their economic activity, profiting by it, and thus achieve the payment of its obligations, increased its assets, equity and decreasing their liabilities, this economic activity is carried as a cycle during the life of the company, but these organizations only focus on increasing their economic capital, social and environmental aspects leaving aside, becoming an unimportant issue for the organization.

Over time ever, there are more companies that are worried about solving social and environmental problems that are now evident, therefore arises the need to promote the interest of being part of a new global model, which increasingly takes peak, B system, companies that combine their profit to solving social and environmental problems, aspiring to be the best company for the world and not the world.

Natura Cosméticos Ltda., With operations in Colombia, is a clear example of being a business model, so we will describe the process that the company is carrying out to be a company B, the social and environmental commitments that lead to In your business and the cultural role it plays, to encourage your employees the importance of being a company for the world.

Key Word

Natura Cosmetics Ltda., Company B, social and environmental commitment, positive impacts, Administrative theory.

Introducción

A lo largo del siglo XX y XXI ha sido evidente el cambio de las empresas y su relación con la sociedad, la globalización, el desarrollo demográfico, la inestabilidad política, las tensiones económicas, los altos índices de pobreza y el desempleo; indiscutiblemente, estos son factores a los que se enfrenta el mundo y que han producido el desencadenamiento y ya existencia de grandes problemas sociales y ambientales, los cuales requieren soluciones de la misma dimensión y con la misma prisa con la que se están presentando.

Ante esto, es preciso destacar que las empresas juegan un papel fundamental para el desarrollo del contexto social del mundo entero, y se postula la necesidad de fomentar la consolidación de un objeto más allá del económico a partir de la gestión empresarial, identificando las carencias y limitaciones y sobrevalorando las oportunidades que trae consigo el entorno, por lo tanto, es fundamental promover cambios en la cultura organizacional de las entidades y estudiar la intención de estas frente a la preocupación sobre el impacto de sus actividades en relación con el medio ambiente y las sociedades.

Considerando lo anterior, el propósito de este artículo es replantear la gestión empresarial a través del modelo de empresa B, comprendiendo la labor realizada por Natura Cosméticos Ltda.; quien a raíz de su trayectoria en el mercado es un ejemplo de buenas prácticas, sustentabilidad e impulso de estrategias que involucran de manera integral la RSE, la participación social, los impactos económicos entre otros agentes de interés para la organización, mitigando los problemas sociales reales y actuales además de los problemas ambientales, una alternativa presentada como solución efectiva al combinar el lucro con la solución a las dificultades aspirando ser la mejor compañía para el mundo.

Antecedentes de la Historia de Natura.

Natura cosméticos, es una marca de origen brasileño, nacida de la pasión por la cosmética y por las relaciones, presente en siete países de América Latina y en Francia. En Brasil, son la industria líder en el mercado de cosméticos, fragancias e higiene personal, como también en el sector de venta directa. Desde 2004, es una compañía de capital abierto, con acciones listadas en el Nuevo Mercado, el más alto nivel de gobernanza corporativa de la Bolsa de Valores de San Pablo (Bovespa).

El comportamiento empresarial de Natura, busca crear valor para la sociedad como en todo, generando resultados integrados en las dimensiones económica, social y ambiental, crear resultados sustentables, aquellos alcanzados por medio de las relaciones de calidad y, por eso se busca mantener canales de diálogo abierto con todos los públicos con quienes tienen contacto, en un ejercicio continuo de transparencia, los productos de Natura, son la mayor expresión de su esencia. Para desarrollarlos, movilizaron redes sociales capaces de integrar conocimiento científico y sabiduría de las comunidades tradicionales, promoviendo, al mismo tiempo, el uso sustentable de la rica biodiversidad botánica brasileña. En la producción, no se realizan pruebas en animales y se realiza una observación estricta en las normas de seguridad internacional, los resultados son creaciones cosméticas de alta calidad, que proporcionan placer y bienestar, con diseño inspirado en las formas de la naturaleza.

Natura, considera a las consultoras y consultores como sus primeros consumidores, y por medio de ellos los productos Natura llega a manos de sus clientes, con quienes se incentivan a establecer relaciones de calidad, basadas en la comprensión de sus necesidades, haciendo parte de la actividad de consultoría y conocimiento, la utilización y

vivencia de los beneficios de los productos Natura y de sus conceptos antes de ofrecerlos a parientes, amigos y conocidos, estimulando el desarrollo personal, material y profesional de sus consultoras y consultores fomentando a que se tornen agentes de transformación, contribuyendo la diseminación del concepto de su slogan “Bien estar Bien” y la construcción de una sociedad más próspera, más justa y más solidaria.

Empresa B

Empresas B “que redefinen el sentido del éxito empresarial, usando la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales. Este nuevo tipo de empresa amplía el deber fiduciario de sus accionistas y gestores para incorporar intereses no financieros, cumpliendo un compromiso a generar impactos positivos socio ambientales, operando con altos estándares de desempeño y transparencia”. (Organización Sistema B , 2015)

En el mundo existen 1.500 Empresas B certificadas y han ganado tal espacio en los medios de comunicación que la revista Forbes incluyó a las Empresas B entre los “Cinco hitos más destacables” en el campo de las empresas sociales y la inversión de impacto. (B S. , 2015)

Por supuesto, para alcanzar la categoría de empresa B, es necesario cumplir una serie de requisitos los cuales se evidencian en la siguiente tabla:

Tabla 1 Requisitos Empresa B

<i>Requisitos para ser empresa B</i>	
<i>Constitución</i>	Mínimo 12 meses de Constituida, según las normas o leyes de cada país.
<i>Evaluación</i>	La compañía se somete a una evaluación en la que miden sus practicas empresariales.
<i>Documentar</i>	Soportar las practicas empresariales mediante documentos.
<i>Compromiso</i>	La legalización de los acuerdos, terminos, derechos y deberes.
<i>Estatutos</i>	La modificación de los estatutos en los que consideran a los trabajadores, la comunidad, y el medio ambiente de manera vinculante en la toma de decisiones.
<i>Pago</i>	Realizar el pago de acuerdo con la tabla de rangos de ingresos y/o ventas.

(Sistema B Corp, 2016)

Este aval lo confiere B Lab en Estados Unidos y garantizada por su representante en Latinoamérica Sistema B, han sido varias compañías que han pasado por un riguroso proceso para alcanzar la certificación de Empresas B, como ejemplo se encuentra Natura Cosméticos que obtuvo la certificación B al finalizar el año 2014, en efecto supero los requerimientos para su certificación obteniendo un puntaje de 110 de los cuales el mínimo posible era de 80 y el máximo de 200, siendo así que logro recibir la certificación y adquirió el compromiso de mejorar con su máximo esfuerzo para que ante la renovación de este certificado la compañía alcance la excelencia; la legitimación otorgada obedece a la visión de sustentabilidad de la marca, que involucra un total de 34 indicadores socio-

ambientales y 23 compromisos públicos para 2020 agrupados en tres pilares: Marcas y Productos, Red, y Gestión y Organización.

(NATURA COSMETICOS LTDA , 2014)

En este orden de ideas, se menciona que la Empresa B, es un factor trascendental de las empresas; es la cultura organizacional enfocándose en la cultura de la comunicación de las empresas del futuro no está basada en manuales, sino en experiencias, creencias, conceptos compartidos, estilo de vida. Las palabras que fundamentan el estilo gerencial de Natura son: valores, esencia, identidad, lenguaje, comunicación, productos, ambiente y personas, el compromiso social y ambiental, que son las acciones que lleva a cabo Natura las cuales han destacado a las empresas B.

Las empresas B, fueron creados inicialmente en Estados Unidos de la mano de tres emprendedores de éxito, Jay Coen, Bart Houlahan y Andrew Kassoy. Estos empresarios sintieron gran frustración cuando vendieron su empresa ADN1 de calzado de baloncesto y ropa de negocios por 250 millones de dólares, y vieron cómo los nuevos propietarios desmontaron rápidamente las buenas prácticas de impacto social y medioambiental que ellos mantenían. Sin resignarse, decidieron buscar una alternativa de hacer negocios en la que se pudiera mantener una aportación positiva a la sociedad, además de la generación de rendimientos financieros.

Con este fin, en 2006 Coen, Houlahan y Kassoy desarrollaron dos iniciativas para crear una comunidad de empresas responsables: por un lado, instauraron un sistema de certificación de Empresas B conocido como B-lab y por otro, promovieron cambios legislativos para crear un nuevo tipo de empresa legal, las Benefit Corporations que se constituyen desde su inicio como Empresas B.

De acuerdo a lo anterior, fue importante la creación de un valor compartido en el cual todo se encontrara inmerso, donde se dejaron de lado modelos capitalistas y otros modelos económicos en los que se pretendían el beneficio de una sola parte, la empresa B literalmente se trata de nuevo un esquema que está cambiando en todo sentido el contexto de empresa, procurando darle finalidad a paradigmas que no permiten la evolución del mundo, evitando caer en las más comunes acciones destructivas en el ámbito social y ambiental, y si promoviendo acciones que permitan el desarrollo y bienestar de los demás.

Se caracterizan por definir un sistema de cultura organizacional en el cual todo tiene sentido e importancia, la cultura organizacional es un aspecto importante en las diferentes empresas, cuyo término fue utilizado por primera vez por Andrew Pettigrew en 1979 y fue impulsado a lo largo del tiempo por el señor Edgar Schein, teniendo en cuenta el rasgo cultural de lo que son las empresas B (Mansilla, 2008).

La empresa B, cambio su visión del mundo y para el mundo y lo que quiere es el Bienestar en general, por ningún motivo se ha desenfocado de su negocio, por el contrario ha integrado valores y elementos que le permiten desarrollar su actividad económica de una manera que la hace ser mejor, y ser una empresa exitosa, de tal manera que no genere un perjuicio para la sociedad, sino que por el contrario pueda aportar con sus acciones al desarrollo de la misma, del país y la evolución del mundo, es una tendencia a que las empresas deben dejar de ser egoístas, y deben velar por que su actividad también les permita el desarrollo y la protección de la sociedad.

Especifican una serie de elementos que definen su razón de ser; inicialmente, buscan la solución de problemas sociales y ambientales, de total importancia en un mundo hoy ya globalizado, los cuales se demuestran a través de las buenas prácticas introducidas desde su

labor, luego se someten a una evaluación rigurosa en la que miden la calidad, las prácticas de gobernanza de la compañía, en participación de grupos de interés en la toma de las decisiones y la transparencia en todo sentido, así como las laborales entre otros elementos evaluados. Se trata de un nuevo concepto de empresa que va más allá de alcanzar un objetivo financiero, y es aquí es donde partimos diferenciándola de una empresa común, las empresas “B”, que toman el nombre de las “benefit corporations” es decir empresas beneficiosas, las cuales, mediante ideas innovadoras, producen para el mercado determinados bienes y servicios generadores de un impacto material positivo en la sociedad y el medio ambiente. (Instituto Argentino de la Empresa Familiar, 2015).

Nacen de una serie de necesidades que se contemplan en la actualidad como bien lo afirma Porter, las empresas deben involucrarse en la oleada de buscar nuevas oportunidades, e indica a través de su teoría de la creación de valor compartido que “Las necesidades de la sociedad, y no sólo las necesidades económicas convencionales, son las que definen los mercados, y los males de la sociedad pueden crear costos internos para las empresas” (Kramer, 2011)

“Ser la mejor empresa para el mundo, y no del mundo” este su lema principal es lo que redefine una empresa B.

Sus aspectos sociales, se ven como el resultado de utilizar un modelo comercial para crear, incentivar, y gestionar un negocio con fines de lucro que permita contribuir a resultados sociales y cambios positivos para el medio ambiente, estos impactos sociales son medibles y están en constante seguimiento por parte de la organización B Lab, quien valida que las empresas continúen en constante uso de las practicas que le permitieron obtener la certificación B.

El énfasis social de la empresa B, abarca el bienestar de las personas, la sociedad y la naturaleza; e implica cambios en la forma de ver, los distintos paradigmas existentes y en adoptar nuevas prácticas que vinculen sus propios intereses junto con el bienestar social; debido a que las personas están asediadas de ser manipuladas por las empresas, las cuales solo piensan más en las utilidades de la compañía, deteriorando la calidad de vida de sus colaboradores, y por consiguiente de sus familias, dejando a un lado el bienestar social.

Una empresa B, distingue el valor de las personas ,no solo de sus empleados sino de quienes le rodean, por ello concibe prácticas en la manera de liderar y motivar que involucran a todos, administrando de forma eficaz y eficiente sus recursos, expresando un auténtico modelo de gobernanza, transparencia y equidad, en un mundo donde existen índices de pobreza y desigualdad, es por ello de gran importancia la existencia de la empresa B, quienes impulsan labores con el fin de que se resuelvan las problemáticas sociales existentes, en donde se promueven sus esfuerzos por mitigarlas y prevenirlas, de esta manera las empresas B, tienen el propósito de disminuir la pobreza, ofrecer lugares donde se sientan agrado trabajar, reconstruir comunidades, preponderar el medio ambiente, un aspecto que prevalece en la cultura B, debido a que este modelo tiene el conocimiento del futuro del mundo y por ende el de las empresas depende del medio ambiente, por lo cual establece prácticas que permitan que la actividad de este modelo, no impacte de manera negativa a la naturaleza. Las empresas B, son empresas sustentables consecuentes con el medio ambiente, teniendo en cuenta que la sustentabilidad nace de una falla de la humanidad, una falla que dio como resultado la degradación ambiental, el riesgo del colapso ecológico y el avance de la desigualdad como resultados de la globalización (Leff, 2004)

Está bien afirmar que nos encontramos en un mundo que ha irrespetado a la naturaleza, con fines lucrativos han ido destruyendo el medio ambiente, por lo que es tiempo de afrontar estos problemas ambientales, estamos en deuda con el planeta y es hora de comenzar a contribuir con la disminución de esta consecuencia y cambiar el chip, y tener este compromiso que implica ser una empresa B, comprometernos por salvaguardar los ecosistemas, comprometernos por un desarrollo sustentable y sostenible, no solo se trata de que las empresas piensen en la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), el modelo B, implica que este sea uno de los ejes centrales que es de mayor importancia en la manera de administrar una nueva empresa que avanza a una transformación, social, ambiental y económica.

Cultura Organizacional y su relación con algunas teorías administrativas

Natura Cosméticos en Colombia, se caracteriza por la creación de valor a través de su cultura corporativa, “su marca es esencia y cultura, su ética es estética, su comportamiento es compromiso, son el mayor patrimonio” esta es la frase que está en la entrada principal de la empresa más reconocida en Brasil, una empresa y una marca de clase mundial, en el caso de Natura la comunicación no está basada en mensajes, sino fundamentada en conceptos, la comunicación expresa un idioma particular el idioma Natura, la infraestructura está diseñada para transmitir toda una filosofía de transparencia y calidad de vida que trasciende a sus productos, busca ir más allá de neutralizar los efectos generados por el propio negocio promoviendo el impacto positivo en los ámbitos de lo económico, ambiental, social y cultural, siendo así es a través de su comportamiento, posicionamiento y propuestas la empresa desea dialogar con la sociedad, contribuir a su desarrollo, dándole valor a su diversidad, acorde con el punto de vista del señor Luis Fernando Martín, Máster

en dirección de marketing y comunicación estratégica de la Universidad Oberta de Cataluña, plantea la comunicación como una habilidad gerencial que debe ser directa y menos protocolaria; debe ser relacional, es decir, más personal, para que emisor y receptor puedan interactuar e intercambiar mensajes; y debe ser efectiva al transmitir mensajes claros, sencillos y oportunos.

Cabe señalar que las organizaciones relacionan su filosofía con uno o más postulados de las teorías administrativas y Natura no es la excepción, considerando que en su eje administrativo adopta principios que le han permitido ejercer una administración efectiva, y para esta organización existen enfoques administrativos fundamentales en relación con la compañía. Teniendo en cuenta lo anterior en primer lugar traemos la teoría de las relaciones humanas establecida en Estados Unidos, en el siglo XX cuyo referente principal el señor Elton Mayo, siendo preciso en indicar su finalidad como la de una sociedad justa productiva y satisfecha, consolidándose por aquellas prácticas que conjugan un todo para su beneficio y el de toda la comunidad, es así como en esta teoría el énfasis principal son las personas acorde con el enfoque de influencias de las actitudes y relaciones sociales en los grupos de trabajo en el desempeño, es decir; las relaciones entre los individuos y se caracteriza por estudiar a la organización como un grupo de personas, autonomía del trabajador , confianza en las personas , énfasis en las relaciones humanas entre los empleados, así como la necesidad de alcanzar una eficiencia completa en la producción dentro de un ámbito de armonía laboral , y esto es lo que ha venido desarrollando Natura , al permitir que el colaborador crezca como individuo , manteniendo un equilibrio laboral y personal, en efecto servir en beneficio de la empresa porque ayuda a la consecución de los objetivos de la compañía, concibe el sentido de pertenencia de los empleados, en nuestro

caso Natura Cosméticos , ha trabajado por ser siempre la número uno para sus colaboradores, el colaborador que pertenece a Natura se identifica por ser una persona que se siente identificada con la compañía, con su gestión y con su esencia, el comportamiento humano para la empresa, el cuidado y el respeto que tienen para con sus empleados es primordial y es consciente de que sin esta fuente de trabajo su empresa no sería lo que es hoy en día en el mercado, se esfuerza por comunicarse con sus colaboradores, de manera tal que cada uno tenga autonomía a la hora de realizar sus tareas generando confianza y apertura , mediante la integración de todas las áreas de la compañía logrando una dinámica grupal e interpersonal, dignificando a los trabajadores, haciendo que se sientan reconocidos, valorados e importantes estimulando sus deseos de crecimiento y capacitación, que llevados al plano práctico son altamente positivos para una empresa donde se valida el experimento que realizó Hawthorne, que permitió identificar en efecto que el nivel de producción depende de la integración social, comprobando que el aspecto psicológico y la formación cultural influyen en el desempeño y así lo hace Natura en la capacidad que tienen al establecer su nivel de competencia y de eficiencia al trabajar de manera integral con las aéreas que la componen.

En contraste con lo anterior, la mayoría de personas a la hora de buscar empleo se enfocan en el monto que van a recibir por hacer su labor, olvidando que no todo es dinero y que es importante ocuparse en una compañía que piense en sus empleados como personas, representación viva de la acción que realiza Natura. Es importante resaltar las palabras que fundamentan el estilo gerencial son: valores, esencia, identidad, lenguaje, comunicación, productos, ambiente y personas; el compromiso social y ambiental, acciones que lleva a cabo la organización hacia sus colaboradores en donde la persona es motivada

sustancialmente por la necesidad de “ estar junto a” , de “ser reconocida”, de recibir una comunicación adecuada, de sentir que hace parte de un todo, que permite desenvolverse en un ámbito familiar, de esta manera surge Mayo, con su desacuerdo frente a la afirmación de Taylor en la cual indica; que la motivación básica de un trabajador es solo la parte salarial, para Mayo la motivación económica no es algo fundamental para el rendimiento de su colaborador, sino que son las motivaciones sociales y morales son las que influyen de manera determinante en el desempeño laboral, en Natura se puede evidenciar, que el salario económico no los es todo, debido a que existe un complemento con el salario emocional, representando en distintas acciones que promueve la compañía a todos sus colaboradores, de tal manera que predomine con orgullo la frase “Trabajar en Natura es diferente”.

Ahora bien, en el caso de la teoría de las relaciones humanas, si no es bien atraída por las personas puede desencadenar una serie de implicaciones debido a que permite que de esta nazcan necesidades para el individuo, este no se sienta satisfecho con lo que le ofrece la compañía teniendo unas expectativas más altas en su sitio de trabajo.

“El principio de la sabiduría en administración consiste en advertir que no existe un sistema óptimo de administración”. Tom Burns & G. M. Stalker

Por otra parte y en segundo lugar Natura contempla algunos aspectos básicos en su gestión la teoría del comportamiento Humano, surgió en la década de 1940 en Estados Unidos con la redefinición de los conceptos básicos de la administración, la cual hace énfasis en la conducta de las personas dentro del contexto organizacional, se basa en ella aprendizaje, el estímulo, los hábitos y en qué manera afectan los individuos los grupos, el medio ambiente y el comportamiento de las personas siempre en busca de la eficiencia de la empresa y ha sido una guía de aprendizaje también para la compañía, uno de sus principales

representantes Abraham Maslow, quien jerarquizó las necesidades humanas, cabe señalar que posee una relación directa con postulados como el de Frederick Herzberg en la teoría de los dos factores, en busca promover la motivación aportando a las necesidades de autorrealización para el ser humano es decir, basada en el comportamiento emocional de los empleados y la inversión en el desarrollo de sus trabajadores y establecer de que manera afectan los individuos los grupos y el medio ambiente en el comportamiento de las personas, siempre en busca de la eficiencia de la empresa, la teoría del comportamiento se preocupa del individuo como individuo, así como muestra Natura encargándose de proporcionar recompensas y el más alto nivel de motivación y autodesarrollo, que en lugar de reprimir el desarrollo y potencial de las personas, las empresas pueden contribuir para su mejoría y aplicación, teniendo en cuenta en efecto que las organizaciones que presentan una clara integración entre los objetivos individuales y organizacionales son más productivas que las demás, además de esto la postura frente al medio ambiente es una de las características por las que la compañía se ha visto comprometida absolutamente y por el compromiso de tener y mantener su certificación como empresa B. (Chiavenato, págs. 303-307)

Consideramos ahora y en tercer lugar, la teoría del desarrollo organizacional la cual surgió en 1962 como un conjunto de ideas sobre el hombre, la organización y el ambiente, su postura es de un movimiento más que de una teoría, ya que integrando una serie de enfoques busca mejorar procesos de resolución de problemas de renovación organizacional, por medio de un diagnóstico eficaz y colaborativo, de la administración de la cultura organizacional, con énfasis a los equipos formales de trabajo, equipos temporales y en la cultura inter grupal, es decir que la tarea básica de esta teoría es cambiar la cultura y mejorar el clima de la organización, una teoría que exige cambio en los contextos de la

organización que le permitir evolucionar para sobrevivir a las exigencias del mundo, de aquí las estrategias y la competitividad este movimiento hace referencia en gran magnitud a las prácticas que Natura tiene dentro de su esquema organizacional, el desarrollo y la efectividad en las relaciones humanas además dándole un énfasis al capital humano así es como natura tiene claro lograr el éxito, al ser eficiente con los elementos planteados, Natura tiene la capacidad para conseguir renombre en el ámbito de las relaciones humanas entre todos los grupos de trabajo, así como también maneja un óptimo liderazgo, además reconoce a raíz de esto se debe la mejora de su factor económico e integra los intereses de los individuos con los objetivos de la compañía manteniendo la precisión y la claridad de los mismos, y reconociendo la educación y el mejoramiento continuo dentro de la compañía, así es como plasma su afinidad con este movimiento del desarrollo organizacional. (Chiavenato, págs. 312-313)

Para las organizaciones es indispensable conocer y manejar las diferentes variables que componen el entorno empresarial, todas las empresas buscan alcanzar la eficiencia y la eficacia en sus procesos, así mismo como la consecución de los objetivos, las compañías buscan ser exitosas mediante un eje , y hoy en día todas las organizaciones algunas sin darse cuenta de ello acogen una serie de planteamientos establecidos históricamente, entre esto de la ciencia en factores administrativos, el uso de técnicas y habilidades que permiten aplicar al manejo de una compañía, el hecho de que las teorías administrativas sean de mucho tiempo atrás no quiere decir que esto ya no se utilice, hoy en día es común combinar las teorías administrativas para el desempeño de la empresa, y se acogen según sean las necesidades, el estudio de estas teorías permite comprender de donde provienen las diferentes posturas de las empresas, que a simple comparten objetivos elementales

como lo son el poder en la economía, sin embargo, se diferencian por el manejo de su estructura interna.

Natura a través de su cultura organizacional pretende, ser parte de una red de colaboración y emprendimiento, impulsando la formación y capacitación de agentes de transformación socio ambiental y de líderes, tanto entre colaboradores y consultores, como miembros de las comunidades, es por ello que Natura Cosméticos en Colombia, ha quedado por tercer año consecutivo de acuerdo a la firma Great Place to Work , Institute Colombia y publicada por la Revista Portafolio el 7 de diciembre de 2016, como la mejor empresa para trabajar en Colombia, hasta con 500 colaboradores, iniciando el Raking desde el año 2014.

Las Mejores Empresas para Trabajar en Colombia: hasta 500 colaboradores 2016



La lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Colombia 2016 fue generada por Great Place to Work® Institute Colombia y publicada por la *Revista Portafolio* el 7 de diciembre de 2016. Este año se publicaron dos listas, una destacando las Mejores Empresas hasta con 500 colaboradores y la otra destacando las Mejores Empresas con más de 500 colaboradores.

La ceremonia de reconocimiento a las 35 Mejores Empresas se llevó a cabo en el Club El Nogal el día 6 de diciembre de 2016.

LUGAR	ORGANIZACIÓN	SECTOR	NÚMERO DE COLABORADORES
1	Natura Cosméticos Ltda.	Comercio/Retail Productos especializados	347

Ilustración 1 Great place to Work, Las mejores empresas para trabajar en Colombia: hasta 500 colaboradores 2016.

Natura Cosméticos, ha logrado obtener por tercer año consecutivo la primera posición debido a la percepción de cada uno de sus colaboradores, está representa las dos terceras partes, de la calificación, a través de encuestas de clima laboral, en donde se puede medir distintas aspectos entre los cuales se caracteriza; El orgullo, la confianza, el ámbito familiar y laboral, adicional, la compañía ofrece programas novedosos que resaltan la importancia de generar una proyección de vida y balance entre cuerpo y mente, ejemplos claro se pueden evidenciar en los movimientos internos que se promueven en la compañía , en donde el personal interno de la organización, son los primeros en tener la oportunidad de ocupar las vacantes libres que se presentan en distintas áreas de la compañía con el fin de desarrollar y poner en práctica sus conocimientos y virtudes con el fin de aportar al negocio desde distintas perspectivas.

Adicional a esto, Natura promueve el desarrollo de cada individuo mediante la evaluación de desempeño, en la que no solamente se miden sus resultados, sino el comportamiento que utilizo para llegar al logro de cada una de sus metas, con el valor agregado de generar una reflexión acerca de su propósito de vida, mediante la realización de su plan de desarrollo individual, así mismo cuenta con distintos programas como amor fundamental , el cual trata de acompañamiento a la colaboradora gestante y contempla un mes adicional al previsto por ley para que la madre pueda compartir en casa con su hijo, programas de viernes Flex el cual consiste en que los colaboradores pueden salir a las 2:00pm y tener parte de la tarde libre, para compartir en familia para disfrutar en balance laborar y familiar , otro beneficio que otorga la compañía es día feliz, en donde el colaborador al cumplir años puede elegir libre el mismo día de su cumpleaños u otro día dentro del mes para celebrar su fecha especial.

“Estas acciones se enmarcan en la filosofía de Natura Cosméticos en la búsqueda de crear valor para la sociedad como un todo” Laura Cubides, entrevista, El Nuevo Siglo.

Este ejemplo, otorgado por Natura, evidencia la importancia de la teoría de las relaciones humanas, en donde los empresarios se dieron cuenta de la importancia de la motivación, así como la participación, la comunicación y la formación de los colaboradores, representan un valor para el desarrollo de las empresas, haciendo que cada una de las personas que ejercen una actividad en la organización, se sientan cada vez mas comprometidos al logro de los objetivos, retribuido en el reconocimiento de pertenecer en una de las mejores empresas para trabajar en Colombia por lo tanto, Natura es fuerte evidencia de administrar ejerciendo las funciones básicas de las organizaciones; la función económica y la función social.

Compromiso Social y Ambiental

Como todas las compañías que hacen parte de sistema B, Natura Cosméticos ha sido una de las grandes empresas en pro del fomento social y ambiental, acorde con su filosofía institucional “Bien estar Bien” ha creado una serie de estrategias que le permiten asumir como parte de su deber la calidad de las relaciones, el emprendimiento sustentable, la conciencia sobre el agua, la socio biodiversidad, la educación, los residuos, y el cambio climático.

En efecto, estimulan las relaciones como eje fundamental para el desarrollo de cada individuo y de la sociedad, basado en valores éticos y morales condicionados por medio de principios con el fin de garantizar el futuro de los recursos, de la convivencia en paz, y el desarrollo de un mundo mejor.

En su compromiso social, Natura Cosméticos demuestra los siguientes beneficios presentados en los siguientes pilares; La gobernanza, la comunidad, los empleados.

1. **Gobierno y sociedad:** Educación más justa y solidaria, el instituto Natura consolida su trayectoria y teje acciones que promueven el aprendizaje de todos, por todos y para todos.
2. **Educación:** Desarrollo de la red de consultoras y de los colaboradores incluyendo acciones en la educación pública.

En la comunidad con el plan comunidades de Aprendizaje; “Es un proyecto de educación que involucra a estudiantes, profesores y familiares. Tiene como objetivo promover la transformación social, que comienza en la escuela, pero que integra a todos los que la rodean. A través de una serie de propuestas llamadas “actuaciones educativas de éxito”, se logra:

- Elevar el aprendizaje de todos los alumnos en todas las asignaturas.
- Bajar los índices de repetición, abandono y fracaso escolar.
- Aumentar las actitudes solidarias y la participación alumnos, docentes y familias

Y potenciar a toda la comunidad para mejorar sus condiciones de vida.

Por su **compromiso ambiental**, causa de reconocimiento¹ de una organización Internacional, ha fomentado estrategias para el manejo y control de:

¹ Por su visión de sustentabilidad Natura fue reconocida en 2015 con el premio “Campeona de la tierra” por la ONU.

Residuos: Prioridad en el embalaje de los materiales reciclados y reciclables, al análisis de su impacto ambiental a lo largo del ciclo de vida del producto. A través del Programa Amazonia, lanzado en el año 2011. Natura busca frenar la deforestación mediante el fomento de la economía sostenible en la región amazónica.

Cambios climáticos: Mediante la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en toda la cadena de valor y la neutralización por medio de proyectos que incluyan beneficios sociales.

Valorización de la Socio-Biodiversidad: Promoción de negocios sustentables por medio de la utilización de productos y servicios provenientes principalmente de la región Pan Amazónica.

Agua: Reducción relativa del consumo y de la contaminación del agua en toda la cadena de valor y neutralización del impacto hídrico.

Transparencia y origen de productos: Ampliación de la visibilidad sobre las prácticas empresariales Natura y el origen de los productos.

(Natura Cosméticos, 2016)

A continuación, el desarrollo de Natura Cosméticos y su respaldo a la sociedad se ha expuesto casi todo el mundo de modo que, así lo evidencian publicaciones que honran la labor de esta compañía y de sus colaboradores.



En el diario El Colombiano; fue publicado un artículo en el que se dieron detalles estratégicos de Antonio Luiz da Cunha Seabra su fundador, quien sostiene el trabajo como fuente fundamental para salvar el mundo y hacer la voluntad de Dios, por lo que se comprende mejor, los pilares ya planteados en el artículo sobre su

compromiso social y ambiental y la estrategia de su compañía de Crecer sin apartarse de sus Valores, además de resaltar el desempeño de las vendedoras por su canal de línea directa, también mencionando que la Materia Prima de los productos de obtiene a través de procesos sostenibles realizados principalmente de la zona amazónica, en donde relató el



compromiso también con la comunidad. (RICARDO MEJÍA CANO, 2016) En el periódico EL ECONOMISTA, fue publicada una columna acerca de proceso de producción de Natura Cosméticos S.A, alineado con la visión 2020, el

Ilustración 3: Contabilizar el valor financiero con el ambiente, un logro en RSE.

cual muestra ha sido la primera en someterse en un estudio riguroso cuya finalidad fue contabilizar el valor de sus negocios en el medio ambiente y en la sociedad, a través de la metodología internacional de contabilidad ambiental Ganancias y Pérdidas Ambientales, fue importante el análisis detallado frente a los procesos del producto, que

abarcaron desde la extracción de la materia prima, finalizando con los desechos o reciclaje de los empaques, en respuesta a este estudio se dio el impacto positivo de las decisiones dado que Natura con esto pretende mitigar los daños producidos al medio ambiente por sus operaciones comprometidos en recompensar y cuidar los aspectos ambientales, sociales y económico. Esto le impulso alcanzar un gran logro en materia de RSE, puntualmente contabilizando el valor de sus negocios en el medio ambiente y en la sociedad.

(HERRERA, 2016)

Por otra parte, la publicación de Forbes, en la cual demuestra el esfuerzo realizado Natura,

Ilustración 4 La empresa que sí quiere pagar el precio de ser sustentable para convertirse en una empresa sustentable, la compañía ha tenido que realizar una

costosa inversión, lo que la han convertido en una de las firmas con mayor conciencia ecológica y social, recordando que el esfuerzo económico de estas empresas para fomentar sus buenas prácticas y crear negocios inclusivos también merecen de reconocimiento.

(Viridiana Mendoza, 2016)

Impactos Positivos.

Ser empresa B constituye una ventaja en todo el ámbito empresarial, los siguientes son los beneficios que más podemos enfatizar para las empresas que cuentan con esta certificación:



Movimiento Global

Al ser líderes de los nuevos movimientos y fuerzas económicas.



Mejora Continua

Un constante perfeccionamiento de procesos que involucran el impacto social y ecológico



Protección de Misión

Sus propósitos perduran en el tiempo ya que son empresas que cuentan con protección legal.



Acceso a Inversionistas

Por lo general las empresas B, generan rentabilidad y traducen el impacto positivo en una estrategia de inversión, es decir combinan una serie de características que fortalecen la inversión.



Acceso a Nuevos Clientes

se integran a la cadena de valor de grandes empresas y permiten asociarse comercialmente con otras empresas ampliando sus posibilidades comerciales



Atracción de Talentos

Los profesionales desean pertenecer y ofrecer sus servicios a las empresas B.



Posicionamiento

Se dan a conocer a través de los medios de comunicación donde el modelo de negocio resulta interesante



Ahorro

Obtienen beneficios a través de la corporación B Lab que les permiten ahorrar

Ilustración 1 Ser una Empresa B

Fuente: Sistema B Corp

Considerando estos impactos, la empresa B es un modelo idóneo para aportar al mundo una serie de cosas que en la actualidad se hacen necesarias, ya sea porque no se tienen o por que se han deteriorado a lo largo del tiempo, el impulso de este modelo permite trabajar para que realmente se note el cambio, como lo menciona José Luis Ángel Vega en el texto “La Responsabilidad Social de la Empresa” existe la necesidad de que las empresas adopten de manera voluntaria una actitud proactiva en su relación con la sociedad y no limite estas implicaciones solamente a las obligaciones legales, y también la carencia de asumir la dimensión ética de las actividades empresariales, en cuanto a justificar valores que las sustentan y las consecuencias que le pueden acarrear a la colectividad.

Ahora bien, es indispensable reconocer la necesidad de que se amplíen los estándares tradicionales por los cuales vienen siendo direccionadas las empresas, para que se dé entrada a otros objetivos en los cuales se involucre la naturaleza social y la gestión social, y es como la compañía brasileña ha tomado la decisión de hacer parte de este modelo, de unirse al cambio y de que su compañía con su sede establecida en Colombia ha permitido que muchos colombianos también hagan parte de este modelo y sean beneficiados por el mismo. Así es que, antes, durante y luego de ser empresa B, Natura Cosméticos ha desarrollado una serie de proyectos algunos ya mencionados a través del programa Creer para ver, permitiendo estar en sintonía con los objetivos y valores de la empresa para la sociedad que vale la pena exponer al lector.

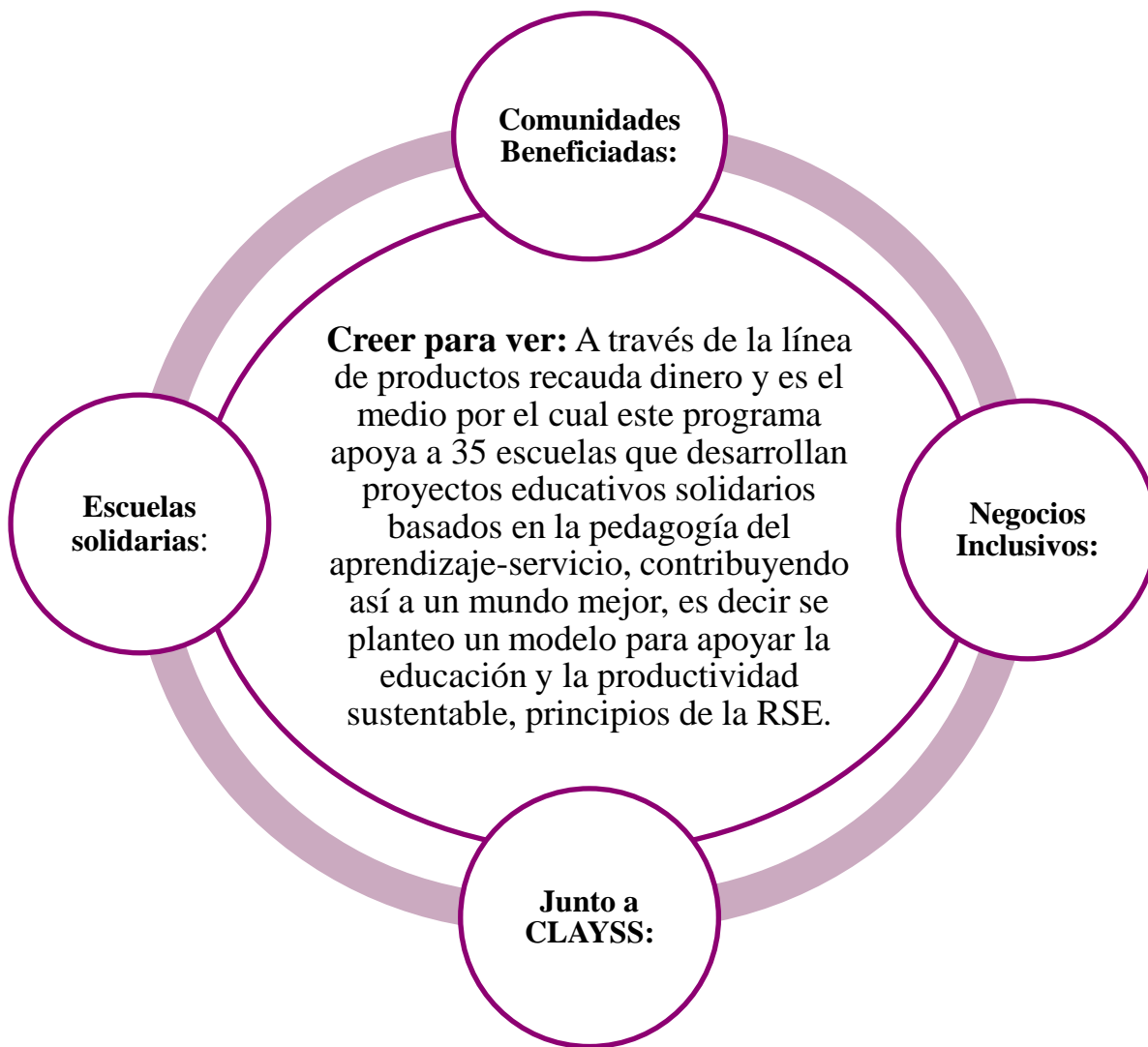


Ilustración 2 Fuente Propia

Liderazgo y Posicionamiento del Sector

Conviene subrayar que el sector de los cosméticos se encuentra en auge y se ha convertido en un mercado muy competitivo, teniendo en cuenta que este ocupa el quinto mercado de cosméticos, de Colombia en Latinoamérica, las ventas crecieron a una tasa de 7% entre 2009 y 2015, y se espera que a 2019 el sector alcance un crecimiento promedio anual de 4% frente a 2015 (PROCOLOMBIA, 2016); de acuerdo a información contemplada por la ANDI, el subsector de cosméticos represento el 52% de la producción, seguido por los subsectores de Aseo y

Absorbentes los cuales registraron una participación de 27% respectivamente, según la encuesta Anual Manufacturera del DANE y estimaciones propias (ANDI, 2015).

En Colombia el dinamismo de la economía de los últimos años ha hecho que el país sea un foco para las multinacionales, Natura ha ingresado en al país de manera favorable fortaleciendo la operación y poniendo nuevos puntos de distribución registrando un crecimiento del 40%.

La gestión empresarial de Natura se debe al éxito en sus buenas prácticas y mejores propósitos estableciendo estrategias para intensificar el consumo de ingredientes desarrollados a partir del socio-biodiversidad amazónico.

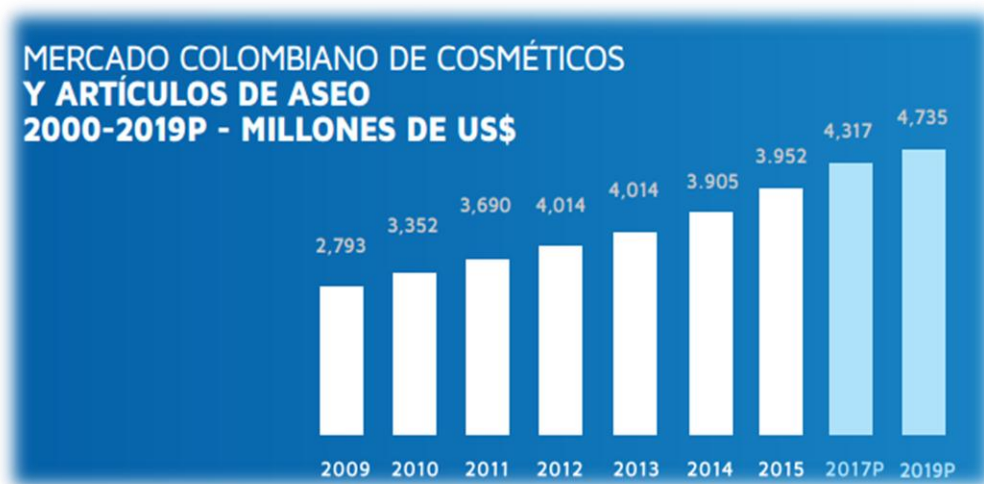


Ilustración 3 SECTOR CONSOLIDADO Fuente: Euro monitor International 2016.

Por otra parte, el enfoque empresarial del sistema B en Natura ha recibido la percepción favorable de los inversionistas, quienes hallaron en esta empresa un modelo de negocios exitoso, con un gran potencial de crecimiento y una filosofía de gestión formidable basada en un serio compromiso con el progreso de la sociedad y el desarrollo sustentable, la compañía, mantiene la responsabilidad de continuar este proceso de manera constante, es así como la compañía B, más grande del mundo ratifica el liderazgo y el empeño por proporcionar a la sociedad una

organización con capacidad aplicar la dimensión del éxito integral en el futuro; su nueva visión de sustentabilidad dada a conocer en el festival de innovación social, la cual busca transformar a Natura como una empresa generadora de impacto positivo sobrepasando los paradigmas de mitigar y reducir los impactos, a partir de tecnologías sustentables, Natura se planteo objetivos para cumplir todos los propósitos.

La gestión administrativa de Natura cosméticos con la formación del sistema B dentro de la organización, busca lograr integrar los aspectos financieros, sociales ambientales y culturales a través de metodologías innovadoras, contribuyendo al crecimiento productivo y equitativo de la economía y del empleo, es necesario considerar la sostenibilidad de una empresa en función de la estructura del sector ó de su mercado respectivamente es así, de acuerdo con el Informe de la OIT² “La promoción de empresas sostenibles”: las empresas deben asegurarse de que las empresas sigan añadiendo valor en sus actividades empresariales, teniendo en cuenta que el desarrollo sostenible no solo establece el medioambiente como factor principal, sino que se trata de manejar integralmente tres pilares fundamentales del desarrollo; el crecimiento económico el progreso social, y aspectos medioambientales, esta dimensión consiste en el compromiso que tienen las compañías en su totalidad, la ilustración que se muestra a continuación abarca de manera sencilla el enfoque integrado del desarrollo empresarial sostenible, que muestra las condiciones generales para dar lugar a una relación nueva y cambiante entre la empresa y el desarrollo. (OIT, 2007)

² OIT: Organización Internacional del Trabajo, es una agencia de las Naciones Unidas.

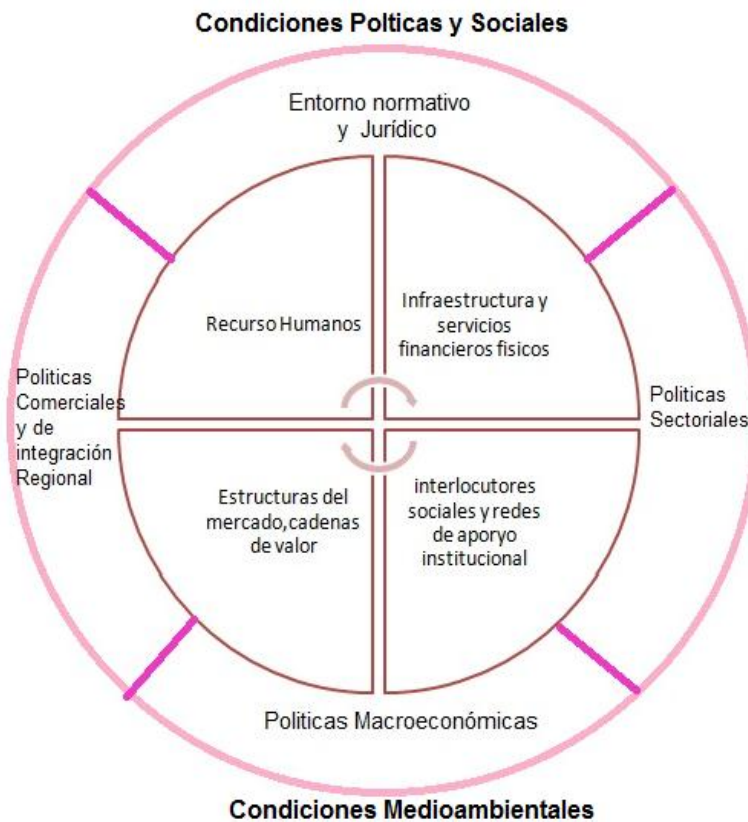


Ilustración 4 Enfoque Desarrollo Sostenible

Fuente: Elaboración Propia

Según la *entrevista* realizada a Laura Vélez Directora Ejecutiva del sistema B en Colombia, en la cual afirmo que el modelo ha sido impulsado a través de las experiencias contadas voz a voz dándose a conocer en diferentes empresas, por lo tanto expreso: “Tenemos el desafío al tener una estrategia de comunicación más robusta, pero para esto, necesitamos apoyo de expertos”, a la pregunta formulada sobre cuál es el Propósito de Sistema B?, ella realizó una invitación a conocer la misión y la visión del sistema B, la misión declarada por el sistema es : “*Construir un ecosistema favorable para fortalecer empresas que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales*” y la Visión : “*Una economía donde el éxito se*

mida por el bienestar de las personas, de las sociedades y de la naturaleza". Este es el propósito de las Empresas B, por consiguiente, se indago acerca del rol del gobierno frente a la opción de imponer este modelo a mas compañías en donde la Doctora Vélez indico: "Creemos inspirar, más allá de imponer. En el caso del gobierno, creemos en facilitar, institucionalizando esta nueva forma de hacer empresa y, cuando tenga sentido para el gobierno, promoviéndolas" respecto a su labor y la pregunta formulada sobre la cantidad de empresas B que se han formado expresó "Existen muchísimas organizaciones y, más que organizaciones, movimientos como el B en el mundo que promueven un nuevo rol de la empresa privada en la solución de los desafíos más complejos de la humanidad. Entre todos nos complementamos y trabajamos juntos para una nueva economía. Entre ellos está, por ejemplo, el Capitalismo Consciente o el Valor Compartido, entre muchos más" se examinó el interrogativo referente a qué papel juega Natura al apoyar la organización del sistema B. ¿Qué experiencia conoce de esta alianza estratégica con Natura? Por lo que la Doctora Explico: Natura Cosméticos es una Empresa B. No apoya el Sistema B, es parte de él. Hoy existen más de 1.500 Empresas de este tipo en 45 países, 42 en Colombia, y todas ellas son parte de Sistema B porque creen profundamente en la redefinición del sentido del éxito en comunidad, al preguntar ¿Cuánto es el tiempo máximo que puede demorar la certificación como empresa B? Depende de cada empresa, el objetivo no es la certificación si no la redefinición, del sentido del éxito empresarial y luego la llevada de ese entendimiento a la gestión de la empresa, este es un proceso profundo que es diferente en cada empresa. ¿Conoce si existen otras organizaciones similares a Sistema B? Respondió; Existen muchísimas organizaciones y, más que organizaciones, movimientos como el B en el mundo que promueven un nuevo rol de la empresa privada en la solución de los desafíos más complejos de la humanidad, entre todos nos complementamos y trabajamos juntos para una nueva economía. Entre ellos está, por ejemplo, el Capitalismo Consciente o el Valor Compartido, entre muchos

más. Y ahora Bien, ¿Qué diferencia existe en la certificación B, con certificaciones de RSE?

Vélez Revelo: La responsabilidad social empresarial busca lograr un impacto positivo en algún frente social o ambiental, con recursos financieros de la empresa. La Empresa B busca, desde su ADN empresarial, transformar realidades sociales y ambientales positivamente, lo hace desde el mismo diseño del negocio, buscando un buen desempeño en la triple cuenta: social, ambiental y financiero, desde las sinergias más allá de las tensiones entre estos tres pilares, son empresas cuyo objetivo empresarial es ya no solo ser las mejores del mundo, sino también las mejores para el mundo, se finalizó la entrevista con las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los objetivos a corto plazo para la organización sistema B? Que seamos cada vez más los que creemos y vivimos la nueva definición del éxito en la economía, no solo como empresarios, sino también como consumidores, líderes de opinión, etc. Y ¿Cómo miden los resultados que han obtenido desde la creación del modelo sistema B? Nos interesa principalmente la cantidad de Empresas B en el mundo, sus mejoras, la cantidad y calidad de conexiones que han logrado a partir de ser parte del movimiento B, y la cantidad de personas (académicos, consumidores, etc.) que hacen parte del movimiento, en diferentes formas.

Esta entrevista permitió descubrir y aclarar cosas que se relacionan y que generan confusión en cuanto al modelo, es un sistema que está muy bien estructurado y que Natura Cosméticos haga parte de esta certificación, indica el compromiso de esta compañía y de sus directivos con el mundo no solo abarcando el mundo empresarial sino en su total contexto frente globalizado que compone un todo en sí.

CONCLUSIONES

La globalización ha hecho que las empresas sean un factor determinante para la economía, dejando a un lado nuestra sociedad y la parte ambiental, generando consecuencias negativas evidenciadas en el día a día, es por ello que es importante comunicar a las demás organizaciones, que existe un modelo el cual forja que su economía crezca beneficiando a la sociedad y el medio ambiente; la empresa B fomenta amplios beneficios, debido a que utilizan el poder del mercado para dar soluciones concretas a problemas sociales y ambientales, operando bajo altos estándares y una total transparencia por su status en la toma de decisiones corporativas, destacándolas como condición única y distinta a las demás organizaciones, convirtiéndose en un atractivo, para los inversionistas al ser altamente rentables y distinguir que sus accionistas no solamente se enfocan en los intereses financieros, sino en otro tipo de intereses a largo plazo, que vinculan a sus empleados, proveedores, clientes y comunidad, integrando los beneficios con el impacto en la sociedad y el medio ambiente de forma medible y escalable.

Así como Natura, las empresas deben ser consecuentes con su actividad, y a través de la gestión que plantea la compañía hace que las organizaciones se fijen metas y objetivos los cuales le son cada vez más alcanzables, esta compañía sabe que es lo que quiere y dirige y controla su enfoque de modo extraordinario, siendo una de las mejores empresas del país y del mundo, es una compañía competitiva, comprometida y que no se conforma con lo que hoy en día es, Natura es una compañía que siempre está en busca de crear valor y para ello fomenta estrategias de forma fugaz, su eficacia le ha permitido hacer cambios en su esencia de forma afectiva en las situaciones de cambio, la gestión administrativa de una compañía abarca grandes campos, antecedentes y cosas innovadoras y esto Natura no lo ha dejado de lado, este análisis muestra los logros y los proyectos de esta, una compañía que ha ido superándose a sí misma, que con disciplina, esfuerzo y basada en las necesidades reales de su eje interno y externo.

Natura Cosméticos se destaca, como ejemplo de ser una empresa B, creando diferencia frente a otras organizaciones al identificar el triple impacto que esta genera, como lo es: primero el propósito, esta hace referencia a crear impactos positivos en el ámbito social y ambiental, como segundo aspecto, se encuentra la responsabilidad al tener en cuenta como fin primordial los intereses tanto de los trabajadores, comunidad, medio ambiente y finalmente la transparencia al realizar la publicación anual, sobre el impacto social y ambiental, que consiste en un certificado expedido por un organismo externo e independiente que se encarga de dar veracidad a los datos que son publicados.

Natura, al convertirse en empresa B, genera un impacto positivo a todos los que se encuentran a su alrededor, es así como se creó una política desde el área de compras, en donde se promueve la bienvenida a nuevos proveedores que se concienticen de las problemáticas que vive la sociedad y como Natura incentiva a cada uno de estos, ha sido una empresa B generando una cadena de valor, para que exista multiplicación de esta práctica, adicional a esto, el área de sustentabilidad realiza jornadas de concientización a cada uno de los colaboradores, mediante salidas que generan un espacio de contacto con la naturaleza y la enseñanza de cuidado del hábitat donde vivimos, mediante lecciones del uso correcto a la hora de reciclar, en la medición de la huella de carbono que consiste, en realizar una encuesta de cinco preguntas a cada colaborador, en las que se encuentra; la medición del espacio donde cada persona vive, la cantidad de personas que habitan en la casa, que tipo de alimentación consumen en la semana y la cantidad de viajes que realizan en avión durante el año, el resultado de esta encuesta determina la cantidad de árboles que se deben sembrar de esta manera compensar a la naturaleza la deuda que tenemos con ella, y difundir estas acciones a los familiares, amigos y conocidos de los colaboradores, pero el área no solo se enfoca en la parte ambiental, también lo realiza en la solución de problemas sociales con una línea de productos que tiene la empresa llamada “Crear para ver”, esta se especializa en la

venta de productos como: cuadernos, esferos, accesorios que son llamativos para nuestro uso a diario, sea en oficina, hogar, colegio o universidad. Las ganancias que obtiene Natura de la venta de este portafolio son destinadas a la educación de colegios públicos del país, con el fin de apoyar e incentivar la educación de los niños, aportando a la solución de una de las problemáticas sociales, que se vive en la mayoría del país al identificar, que las clases menos favorecidas no tienen oportunidad de acceso a la educación. Otras de las iniciativas que realiza Natura, es la vinculación en todo el país, de puntos de reciclaje en donde las consultoras realizan su aporte del material reciclado, contribuyendo al trabajo de este grupo de personas y así contrarrestando a la problemática ambiental que se vive en el mundo. Es así como con estas y otras iniciativas hacen diferente a Natura.

Gracias a estas acciones, podemos concluir que han sido un aprendizaje que ha permitido ser referente y se han aliado otras empresas B, para trabajar juntos e incentivar a otras organizaciones a ver la importancia que tienen y el aprendizaje tan enriquecedor para la sociedad, para la economía del país, en la solución de problemas sociales y ambientales, generando un posicionamiento fuerte en medios de comunicación y eventos masivos que contribuye a incrementar sus utilidades.

Sugerimos, que en este mundo tan constante de cambios, otras empresas tomen el reto de hacer parte del cambio, aportando a la sociedad en la solución de problemas sociales y ambientales, conduciendo a cada una al logro de sus con objetivos, de tal manera que sean competitivos y proyecten la mejor imagen a nivel mundial, como hoy lo hace Natura Cosméticos, al comprometerse con distintas acciones a un proceso de mejoramiento continuo, esencial para la corporación B.

Natura, es un referente para las demás organizaciones, al ser nombrada como “Campeona de la Tierra”, gracias al desarrollo sustentable de su actividad empresarial, enfocándose al camino del

éxito en la acción de transformar en “verdes”, sus cadenas de suministros, innovadora y respetuosa del medio ambiente.

REFERENCIAS

- ANDI. (2015). Camara de la industria cosmetica y de Aseo Documento General.
- B, S. (2015). El movimiento global de Empresas B se discute en la Cumbre Mundial de Davos. Suiza: <http://www.sistemab.org/el-movimiento-global-de-empresas-b-se-discute-en-la-cumbre-mundial-de-davos>.
- B, S. (27 de 08 de 2016). Sistema B. Obtenido de Sistema B: <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b>
- Chiavenato, I. (s.f.). Introducción a la Teoría General de la Administración (7. ed.). Mexico: McGraw-Hil.
- HERRERA, E. (29 de Agosto de 2016). Contabilizar el valor financiero con el ambiente, un logro en RSE. EL ECONOMISTA.
- Instituto Argentino de la Empresa Familiar. (23 de 05 de 2015). Sistema B. Obtenido de Sistema B: <http://www.sistemab.org/ser-empresa-b-una-atractiva-opcion-para-las-empresas-familiares-argentina>
- Kramer, M. P. (2011). La creación del Valor Compartido. Harvard Bussines Review, 5.
- Leff, E. (2004). Saber Ambiental: Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad, Poder. Mexico DF: Siglo XXI Ediciones.
- Mansilla, D. R. (2008). Gestión Organizacional. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Natura Cosméticos. (2016). Natura Cosméticos. Recuperado el 2016, de Natura Cosméticos: <http://www.natura.com.co/natura/acerca-de-natura/Nuestra-Empresa>
- NATURA COSMETICOS LTDA . (Diciembre de 2014). NATURA COSMETICOS LTDA . Recuperado el 04 de Octubre de 2016, de <http://www.naturacosmeticos.com.ar/natura/Sustentabilidad/Somos-B-Corp>
- OIT. (2007). La promoción de empresas sostenibles. Ginebra.
- Organización Sistema B . (20 de 01 de 2015). SistemaB. Recuperado el 2016 de Septiembre de 13, de SistemaB: <http://www.sistemab.org/el-movimiento-global-de-empresas-b-se-discute-en-la-cumbre-mundial-de-davos>
- PROCOLOMBIA. (Octubre de 2016). PROCOLOMBIA. Recuperado el 2016, de Portal Oficial de Inversión de Colombia:

<http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/cosmeticos-y-productos-de-aseo.html>

RICARDO MEJÌA CANO. (29 de Agosto de 2016). El Colombiano. Recuperado el Septiembre de 2016, de El Colombiano: <http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/antonio-el-iluminado-FL4872986>

Sistema B Corp. (27 de 08 de 2016). Sistema B. Obtenido de Sistema B: <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b>

Viridiana Mendoza. (23 de Marzo de 2016). Recuperado el 15 de Septiembre de 2016, de Forbes: <http://www.forbes.com.mx/natura-la-empresa-que-si-quiere-pagar-el-precio-de-ser-sustentable/#gs.BPX0GL8>