

SUSTENTAIBILIDAD EN LA INDUSTRIA COSMÉTICA ¹

FINANCIAL SUSTAINABILITY IN THE COSMETIC INDUSTRY

Recebido: 16/01/2018 - Aprovado: 26/03/2018 - Publicado: 02/07/2018
Processo de Avaliação: Double Blind Review

Lina María Maya Toro²
Cristian Alejandro Aragón Rodríguez³
Miguel Ángel Sánchez Cuellar⁴

RESUMEN

El presente paper da cuenta de la importancia que tiene la implementación de políticas de sostenibilidad en el sector cosmético, toda vez que, esta industria se conforma de valores y elementos que afectan fuertemente al medio ambiente, pero también, las pruebas hechas de manera empírica lo hacen. Así mismo, es importante entender que en esta industria, la visibilidad ante los diferentes grupos de interés es fundamental, puesto que ella mejorará sus ventajas competitivas en el mercado y la hará más sostenible en el tiempo. Así entonces, se analizan las empresas más importantes de la industria cosmética en Colombia, analizando principalmente sus informes integrados que cumplan las condiciones de la International Integrated Reporting Committee (IIRC), se hizo un análisis específicamente a estos reportes y de allí se extrajeron elementos propios de la responsabilidad social de las empresas en materia de estudio y como resultado se obtuvo que específicamente en este tipo de empresas la generación y puesta en marcha de políticas ambientales y sociales, mejoran la visibilidad y por ende los ingresos de la organización..

Palabras Clave: Sostenibilidad, Desempeño Financiero, buenas prácticas.

ABSTRACT

This paper shows the importance of the implementation of sustainability policies in the cosmetic sector, since this industry is made up of values and elements that strongly affect the environment, but also, empirically tested make. Likewise, it is important to understand that in this industry, visibility before the different interest groups is fundamental, since it will improve its competitive advantages in the market and make it more sustainable over time. Thus, the most important companies of the cosmetic industry in Colombia are analyzed, mainly analyzing their integrated reports that meet the conditions of the International Integrated Reporting Committee (IIRC), an analysis was made specifically to these reports and from there own elements were extracted of the social responsibility of the companies in the matter of study and as a result it was obtained that specifically in this type of companies the generation and implementation of environmental and social policies, improve the visibility and therefore the income of the organization..

Keywords: Sustainability, Financial Performance, good practices.

¹ Artículo de investigación derivado del proyecto de investigación titulado: Propuesta de Registro Contable y Valoración Financiera de la Gestión Ambiental de las empresas en Colombia, aprobado por el SUI de la Universidad Cooperativa de Colombia.

² Administradora de Negocios con Maestría en Gerencia de Proyectos, Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Remington. Correo Electrónico lmaya@uniremington.edu.co, teléfono: 3163187960; dirección: Parque Berrío Edificio de Bancolombia piso seis oficina de la decanatura en Medellín Colombia.

³ Contador Público de la Universidad Cooperativa de Colombia, asistente contable de Lácteos El Cural; asistente contable de la empresa ALUMINIOS & ESTRUCTURAS SM SAS

⁴ Contador público de la Universidad Cooperativa de Colombia.

1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ha dejado gradualmente de ser concebida como la acción filantrópica de la empresa para centrar su atención en la gestión de los grupos de interés o *stakeholders*. “Aunque el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no ha cambiado sustancialmente desde que fue definido por (Carroll, 1979). Desde el comienzo del siglo, se han producido cambios considerables en la implementación de prácticas de RSE y su papel en la estrategia corporativa, así como en la forma en que han sido reportados. Esto, junto con el gran esfuerzo que las empresas están haciendo para ser socialmente responsable, hace que el estudio de la relación entre la RSE y el desempeño financiero” (B.E, 2014) sea .

Ahora bien, “La Responsabilidad Social nace de una concepción sistémica que entiende que la sostenibilidad requiere de la preservación de los supra sistemas; por esto pertenece a la teoría de los grupos de interés desarrollada por Freeman (1984), Por otro lado, en el año 1995, Donaldson y Preston demostraban que la teoría de los grupos de interés tiene utilidad normativa, instrumental y prescriptiva. Lo que indica que la Responsabilidad Social Empresarial, cuyo sustento teórico es la teoría de los grupos de interés, tiene una dimensión axiológica o ética, práctica o gerencial y estratégica.” (Piñeros Espinosa & Castro, 2014).

El cumplimiento de los objetivos de Responsabilidad o Sostenibilidad, ha hecho que al interior de las organizaciones aparezcan nuevas divisiones, áreas, equipos de trabajo y comités encargados de garantizar la ejecución de los proyectos y de su posterior divulgación (Piñeros Espinosa & Castro, 2014). En cuanto a (Castillejos Allard, Zavaleta Herrera, & Canseco Lopez, 2015) dicen que la Responsabilidad Social sirve para la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. Con la aplicación de las encuestas se da a conocer el análisis de los problemas.

2. MATERIAL Y MÉTODOS

El presente documento de investigación se enfoca en un estudio de tipo mixto, porque combina datos cualitativos y cuantitativos. De igual forma, la investigación se divide en tres fases las cuales son:

Fase 1: Documentación. En esta fase se hace el barrido teórico, así como el levantamiento de la información de carácter documental que se encuentra en las memorias de sostenibilidad de las empresas objeto de estudio. Así que es claro establecer, que las empresas objeto de estudio son aquellas consideradas casos exitosos de sostenibilidad contempladas por CECODES en el año 2015 y las cuales tienen dentro de su objeto social el sector cosmético en Colombia.

Fase 2: Experimentación. En esta fase se realizó el levantamiento de la información cuantitativa y la triangulación de la información por medio de matrices de doble entrada, como el estudio es de tipo correlacional porque mide la incidencia que tiene en el desempeño financiero la aplicación de políticas de sostenibilidad, entonces se utilizan estadísticos tales como el factor de correlación de Pearson y tablas de frecuencia, combinando de esta forma estadística de corte descriptivo con estadística de corte inferencial.

Fase 3: Diseño del informe. Después de sistematizada la información, se procede a validar las hipótesis inicialmente planteadas utilizando elementos simples de la estadística, para luego generar unas conclusiones generales.

3. DISCUSIONES

3.1. MEJORES PRÁCTICAS

Natura, utiliza métodos para su gran labor logra las mejores prácticas, en donde es vista por muchos competidores como la potencia en los últimos años; en donde se puede ver que para la empresa es factible tener acceso a tener un nuevo mercado, incrementos de ingresos, transferencia de las innovaciones de los productos a los mercados actuales, aumento del valor y posicionamiento de la marca para capturar futuros mercados. Y en beneficio para los consumidores y población hay mayor acceso de productos y servicios de calidad, precios menores y accesibles, mejor calidad de vida, y aumentos de productividad. Natura establece grandes propósitos para la población y para ella misma, con resultados positivos, en donde la sostenibilidad está presente, creando e innovando con eficiencia mercados nuevos y su principal objetivo enfocarse en el impacto socio ambiental. Sus prácticas son:

- A partir de 2007 puso en marcha su programa Carbono Neutro, que se centra en reducir en un 33%, y por los siguientes cinco años, las emisiones de gases de efecto invernadero en

todos sus procesos —desde la extracción de la materia prima hasta el empaque y distribución del producto final.

Para su desarrollo sostenible financieramente Natura cuenta con la estrategia que se divide en cuatro aspectos esenciales:

- Concebir al producto cosmético como un vehículo para lograr el autoconocimiento, capaz de transformar la vida de las personas.
- Relaciones humanas como la gran expresión de la vida.
- Las empresas de venta directa en Colombia cuentan con una fuerza de ventas independiente de más de dos millones de personas, que realizó transacciones por cerca de US\$ 1.000 millones en 2007. Lo cual genera estabilidad de vida en sus trabajadores, cuanto más ingresos tiene en el año más trabajadores han de trabajar para la entidad.
- Tiene un impacto social alto especialmente en mujeres de bajos ingresos, mejora su autoestima, apoya el espíritu emprendedor femenino, ofrece capacitación en un oficio útil para la sociedad, y permite que los consumidores de bajo poder adquisitivo tengan acceso a ciertos bienes y servicios.

3.2. COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Por otro lado, el sector de cosméticos se caracteriza por un alto nivel de competencia y por depender de la rápida evolución de la moda, factores que hacen que las empresas busquen especializarse y diferenciarse y, a su vez, identificar nuevos nichos de mercado.

En Colombia, el consumo de cosméticos en los últimos años ha cambiado radicalmente al pasar de ser un consumo suntuario a un consumo regular, con el consecuente crecimiento del mercado.

✓ Población involucrada:

5.138 consultores cumplen con los requisitos de vinculación; actualmente el 90% de los distribuidores de Natura pertenecen a los estratos 2 y 3.

✓ Entidades vinculadas:

Asociación colombiana de venta directa (ACOVEDI) y el (Centro de rehabilitación para adultos ciegos, Inversión: durante los 15 meses de operación que lleva en el país, Natura Colombia ha invertido US\$ 7 millones.

Factores de éxito.

- La venta directa y la relación del individuo con el medio ambiente.
- La oferta de productos de la más alta calidad, que incorporan conceptos de sostenibilidad ambiental.
- El espacio, Natura fomenta y estimula las relaciones entre la empresa y su fuerza de ventas, los clientes y la comunidad en general.
- La presencia de empresas de transporte eficientes, que garantizan la logística y la entrega oportuna de los productos.
- El desarrollo de compromiso social y ambiental en los consultores le ha permitido a la empresa crear proyectos complementarios.
- La alta aceptación de la filosofía y de los valores corporativos de la compañía.
- La importancia que tiene el Espacio Natura para la comunidad, por su diseño y los servicios que ofrece.

No todas las prácticas han sido fáciles también hay barreras

- El desconocimiento de la marca, debido a que la empresa es relativamente nueva en el medio colombiano.
- La agresividad publicitaria de la competencia.
- El riesgo inherente al sistema de crédito que utiliza y que normalmente alcanza un nivel de cartera del 2%.
- Los altos costos del canal de operaciones de la empresa, relacionados especialmente con la logística, el equipo de apoyo y la revista, que desarrolla y distribuye a todos sus consultores en cada ciclo.
- La complejidad que representa inculcar en todos los empleados y consultores los valores y la filosofía de la empresa.

Cuadro 1 - Medio Ambiente (Natura)

POLÍTICA	INTERNACIONAL	NACIONAL	EMPRESARIAL
ESTRUCTURA	A partir de 2007 puso en marcha su programa Carbono Neutro, que se centra en reducir en un 33%, y por los siguientes cinco años, las emisiones de gases de efecto invernadero en todos sus procesos —desde la extracción de la materia prima hasta el empaque y distribución del producto final.	«Llegamos a Colombia para mostrar que la sustentabilidad y la rentabilidad pueden ir de la mano. Queremos que nuestros Consumidores sean conscientes de que pueden ayudar a la construcción de un mundo mejor a través de la otra cara de la cosmética.»	Comprometida con la gestión ambiental, sus productos en los mercados de higiene personal. Basada en elementos provenientes de la biodiversidad brasileña, extraídos en forma sostenible; no hace pruebas en animales; usa insumos vegetales y orgánicos.
LEY	ECONOMÍA POLÍTICA AMBIENTAL GLOBAL E INTERNACIONAL.	POLÍTICA NACIONAL DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO SOSTENIBLE	Natura S.A. POLITICA AMBIENTAL
<u>DESCRIPCIÓN</u> <u>LEY</u>	La economía política ambiental es el enfoque en análisis económico de los procesos a través de decisiones políticas relacionadas con la protección ambiental. La política económica ambiental es un área mayor de las políticas de desarrollo en la teoría económica cuyos efectos a corto y a largo plazo tienen un profundo impacto en el desarrollo humano.	La Política de Producción y Consumo Sostenible se orienta a cambiar los patrones insostenibles de producción y consumo por parte de los diferentes actores de la sociedad nacional, lo que contribuirá a reducir la contaminación, conservar los recursos, favorecer la integridad ambiental de los bienes y servicios y estimular el uso sostenible de la biodiversidad, como fuentes de la competitividad empresarial y de la calidad de vida.	Natura reconoce la necesidad de conservar la biodiversidad y los ecosistemas, de esta forma generando una relación con el entorno que comprometa a la construcción de un mundo mejor, integrando procesos de mejora continua enfocados a la producción más limpia y reutilización de agregados, además la empresa se compromete al estricto cumplimiento de la legislación ambiental vigente.

Fuente: datos de la investigación (2017).

Cuadro 2 - Programas De Manejo Ambiental (Natura)

IMPACTOS	<u>OBJETIVOS</u>	<u>METAS</u>	<u>PROGAMAS</u>	<u>INDICADORES DE GESTION</u>	<u>POLITICA AMBIENTAL</u>	<u>DECRETO</u>
GENERACIÓN DE VAPORES	Disminuir la emisión de vapores generados por actividades de precalentamiento.	Supervisión cada seis meses en las zonas donde se realizan las actividades de precalentamiento que generan vapores durante el proceso.	Programa de Control de calidad del aire.	Medición de olores en el aire por mes.	POLÍTICA DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DEL AIRE	
DETERIORO DEL RECURSO HÍDRICO	Minimizar el impacto sobre el recurso hídrico por vertimiento de grasas y aceites durante el proceso.	Inspeccionar cada seis meses las condiciones de calidad del agua durante el proceso.	Programa de control de calidad del recurso hídrico.	Medición por metro cubico de agua utilizada por mes.	POLÍTICA NACIONAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DEL RECURSO HÍDRICO	DECRETO 1480. RECURSO HÍDRICO

Fuente: datos de la investigación (2017).

3.3. RECONOCIMIENTO A NATURA DE GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (GRI, 2011).

Natura Cosméticos, fue la primera empresa brasileña a unirse al Programa de Transparencia de negocios. Natura es uno de los principales fabricantes de cuidado de la piel, filtros solares, cosméticos, perfumes y productos de cuidado del cabello de América del Sur.

Natura es una empresa líder en la cosmética, fragancia y la industria higiene personal y es una de las marcas más valiosas de Brasil. Cartera de productos de Natura se compone de aproximadamente 900 productos, en las categorías de maquillaje, fragancias, protección solar, cuidado de la piel y cuidado del cabello, entre otros.

Fundada en 1969, Natura hoy estima unos 50 millones de consumidores compran sus productos en más de 5.000 ciudades de Brasil a través de un modelo de negocio de ventas directas. Junto a sus principales operaciones en Brasil, Natura cuenta con operaciones en Argentina, Chile, Perú, México, Francia, Venezuela y Colombia. En 2011, Natura alcanzó unos ingresos netos consolidados de 2,218.3 millones de €.

Natura se encuentra en la primera línea de las empresas brasileñas que más invierten en investigación y desarrollo, la inversión de más de 50 M € en la innovación en 2010. En Brasil, Natura alberga una investigación, centro de fabricación y logística grande e integrada en su sede de Cajamar, São Paulo. También hay unidades comerciales y de distribución en Itapeceirica da Serra, en el estado de São Paulo, y en Uberlândia y Matias Barbosa, en el estado de Minas Gerais. Lea la entrevista con Silvana Soriano, Gerente de Desarrollo de Proveedores en Natura, para descubrir lo que beneficia Natura Cosméticos experimentados del Programa.

3.4. PROYECTO NATURA PUBLICADO POR (GRI, 2011).

Natura Cosméticos ha invitado a sus proveedores a informar voluntariamente. En 2011 siete proveedores estratégicos, tanto grandes como pequeñas empresas, completó su primer ciclo de presentación de informes y reportaron más de 2011. Sus memorias de sostenibilidad se publicaron durante el segundo semestre de 2012. Otro grupo de seis proveedores comenzó su viaje de presentación de informes, en julio de 2012 - uno de los cuales publicó su primera memoria de sostenibilidad en junio de 2013. En 2014, un grupo de tres proveedores decidió implementar el Programa de Transparencia de negocios. Se espera que sus informes que se publicará en junio de 2015.

Cuadro 3 - Histórico de La Empresa Natura

<i>AÑO</i>	<i>EVOLUCIÓN</i>
1969	Nacimiento de Natura y elaboración de las primeras fórmulas pioneras en las que se introducen ingredientes naturales en la composición.
1983	Natura incorpora la recarga en una gran cantidad de gamas. Las recargas representan una reducción del 54% del uso de plástico en relación con los embalajes estándar.
1997	Todo nuestro parque de vehículos (transporte, distribución) de Sao Paulo abandona la gasolina en beneficio del gas natural.
2000	Lanzamiento de la línea Ekos, proveniente por completo de ingredientes extraídos de la biodiversidad brasileña. En Cajamar, puesta a punto de un sistema de tratamiento de efluentes por microorganismos aerobios.
2001	Natura adopta el método LCA (LifeCycleAssessment o Evaluación del Ciclo de Vida), que integra el destino de los embalajes en el proceso de desarrollo de nuevos productos.
2004	Somos 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).
2006	Puesta en marcha de fábrica de Benevides. A partir de entonces, Natura puede aprovisionarse regularmente de aceites vegetales de la región amazónica y purificarlos más aún. En Cajamar, apertura de una fábrica que funciona con energía solar.
2007	Reemplazo de los aceites minerales por aceites alternativos vegetales, en nuestras gamas de aceites para el cuerpo Ekos, Sève y Mamá y bebé. En Recife y Sao Paulo, apertura de nuestro programa de reciclado de todos nuestros embalajes. 10.6% por encima del año anterior, y una rentabilidad del 72.1% sobre el patrimonio líquido.
2007 - 2008	Creación Programa Carbono Neutro, que se centra en reducir en un 33%, y por los siguientes cinco años, las emisiones de gases de efecto invernadero en todos sus procesos.
2010	Redujimos 21% nuestras emisiones relativas de GEI (GASES DE EFECTO INVERNADERO). De tal forma, que se pudo identificar nuevas oportunidades de reducción y movilizar toda la empresa para que el resultado sea alcanzado.
2012	Sus memorias de sostenibilidad se publicaron durante el segundo semestre de 2012. (GRI)
2014	Los ingresos operacionales de Natura Cosméticos en Colombia crecieron 44 por ciento en relación al año anterior. Dicho aumento estuvo sustentado en gran medida por el crecimiento del número de sus consultores y consultoras de venta directa, el cual fue de 40 por ciento con respecto a 2013. US\$700 millones de dólares han sido invertidos para mejorar la competitividad de su infraestructura logística, productiva y tecnológica.

Fuente: datos de la investigación (2017).

Cuadro 4 - Movimientos Financieros

AÑOS FISCAL	2011	2012	DIFERENCIAS
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 144.411.888.748	\$ 220.084.052.546	\$ 75.672.163.798
GASTOS DE VENTAS	\$ 83.356.312.881	\$ 114.844.619.450	\$ 31.488.306.569
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 14.700.111.290	\$ 19.544.466.146	\$ 4.844.354.857

Fuente: datos de la investigación (2017).

Cuadro 5 - Observaciones de Resultados - Colombia

INGRESOS OPERACIONALES ENTRE AÑO 2011 CON 2012.	
1	Los ingresos aumentaron por el movimiento de las familias en las que se pueden resaltar que la incursión de sus productos fue relevantes en los diferentes estratos socioeconómicos. El 5% se comercializó en el estrato 2, el 70% en los estratos 3 y 4 y el 25% en los estratos 5 y 6. Una venta promedio mensual individual de \$305.000.
2	Los productos en los mercados de higiene personal y de cosméticos incorporan el concepto de refill o repuesto; la línea de productos cosméticos Ekos. Se vieron más reflejados en los ingresos y más ventas en el país Colombia.
3	Aumentaron a 143 empleados (82 colaboradores administrativos y 61 gerentes de relaciones comerciales), 138 consultores. Lo cual influyó en las ventas y la empresa se hizo más reconocido. Las empresas de venta directa en Colombia cuentan con una fuerza de ventas independiente de más de dos millones de personas, que realizó transacciones por cerca de US\$ 1.000 millones por año.
4	Natura registró el mayor dinamismo (29,0%) entre las 12 empresas más grandes de este mercado en el mundo, según sus ingresos netos entre 2012 y 2013.
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACIÓN	
5	Los principales costos en el país se describe que entre más ventas más gastos de transporte rentado de empaque y fletes aéreos, impuestos y otros.
6	Gastos administrativos entre los cuales está el pago laboral, a más del equipo de apoyo de 61 gerentes de relaciones comerciales y 82 colaboradores administrativos.
7	Durante los 15 meses de operación que lleva en el país, Natura Colombia ha invertido US\$ 7 millones y el cubrimiento de 7 ciudades principales del país en el primer año.
8	Incentivos, descuentos, regalos y referidos para los asociados de Natura. Durante todo el año dependiendo el desempeño de las actividades.
11	Pago de beneficios para afiliados como, Seguros de vida, Natura educación becas estudios para colaboradores y familiares, pago de vehículos para colaboradores y otros.

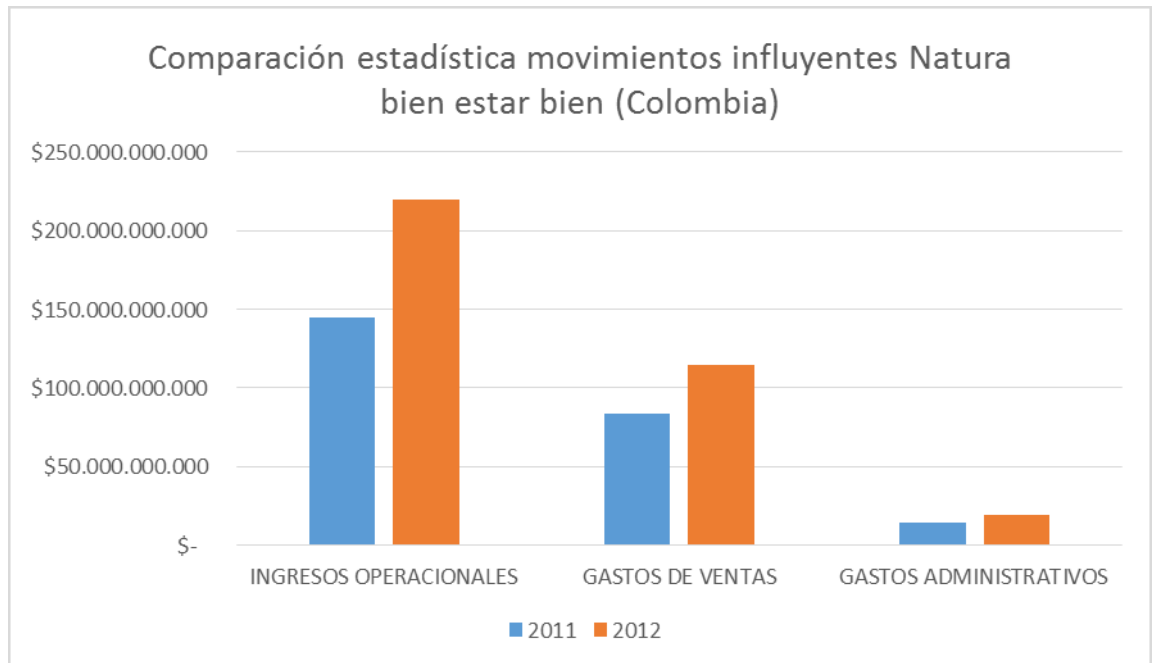
Fuente: datos de la investigación (2017).

3.5. CORRELACIÓN:

- Si se compara los Ingresos con los gastos de ventas existe una relación estable de un 99% de similitud, ya que es constante y multiplicativa las ventas directa de productos fabricados por los consultores y socios domiciliados, importados al país por la buena demanda del producto y estabilidad de la empresa, gastos influyen en transporte, flete aéreo y pago de comisiones a consultores de Colombia.
- Existe una relación entre ingresos y los gastos administrativos en los años 2011 y 2012 con un 98 % de similitud, esto se debe a que la empresa no ha tenido un control administrativo de aquellos gastos que pueden ser relevantes para la empresa, pero si pueden regularse dando buena gestión, aunque debemos afirmar que teniendo en cuenta que la empresa utiliza productos amigables con el medio ambiente en su sector administrativo, estos productos tienden a subir su valor económico cada año, la adquisición de estos aumentan los gastos al comprarlos.

La presente gráfica muestra la comparación estadística de los movimientos financieros influyentes de natura.

Figura 1 – Ingresos y Gastos



Fuente: datos de la investigación (2017).

Cuadro 6 – Movimientos Financieros

VARIABLE A ANALIZAR	AÑO FISCAL		
	2011	2012	DIFERENCIAS
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 4.670.125.128.674	\$ 5.300.141.830.137	\$ 630.016.701.463
INVERSION EN INNOVACIÓN	\$ 122.779.338.612	\$ 128.625.973.784	\$ 5.846.635.172
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.408.621.459.654	\$ 1.532.904.218.739	\$ 124.282.759.085
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 482.681.495.128	\$ 539.226.809.578	\$ 56.545.314.449
OTROS GASTOS	\$ 54.874.847.257	\$ 4.927.878.216	(\$ 49.946.969.041)

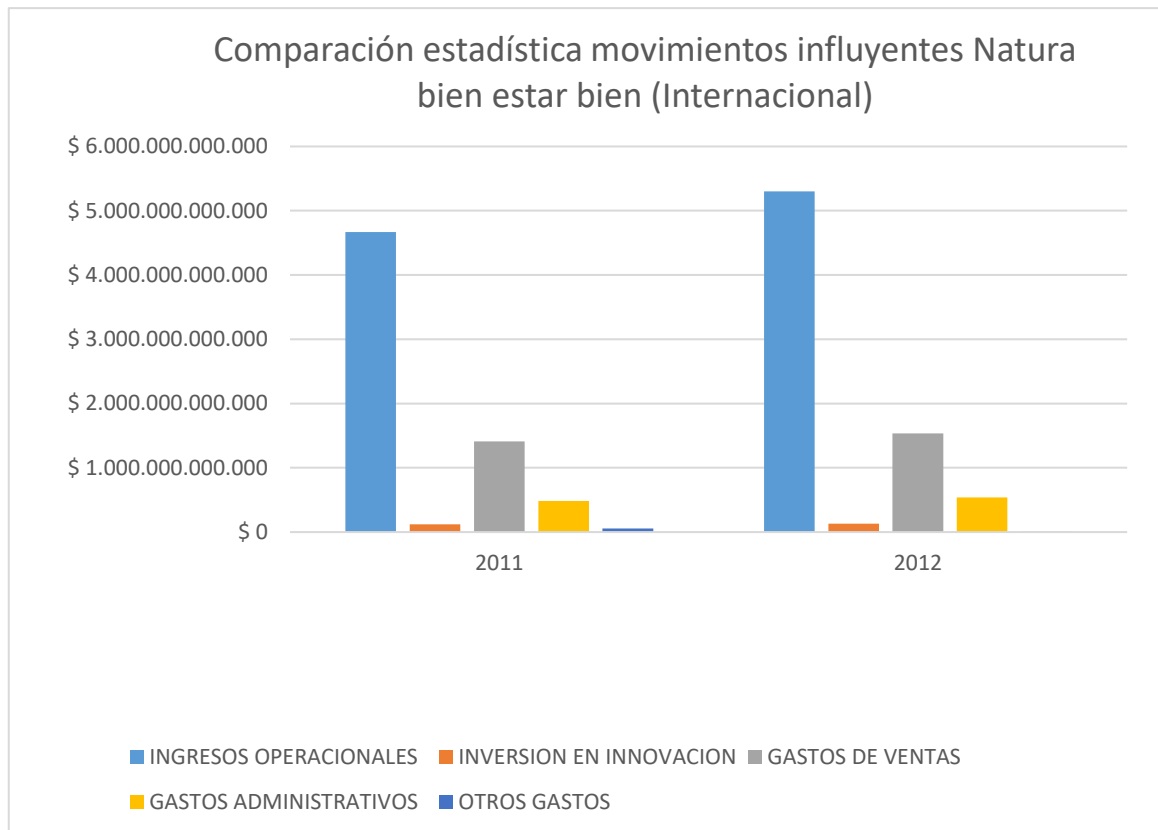
Fuente: datos de la investigación (2017).

Cuadro 7 – Observaciones de Resultados - Internacional

INGRESOS OPERACIONALES ENTRE AÑO 2011 CON 2012.	
1	Operaciones Internacionales, a su vez, pasaron a representar el 11,6% de los ingresos totales de Natura y siguen en ritmo acelerado de expansión, acompañados de aumentos de rentabilidad, lo que confirma la posición de América Latina como plataforma de negocios altamente relevantes (Informes GRI, 2012).
2	Ese volumen de recursos es fruto de la consistencia de nuestros resultados económicos a lo largo del tiempo. En 2012, nuestros ingresos netos consolidados sumaron R\$ 6.346 millones, el Ebitda llegó a R\$ 1.511 millones y la ganancia neta fue de R\$ 861 millones (Informes GRI, 2012).
3	Fortalecer la plataforma tecnológica en nuestra estrategia de negocio, con el objetivo de aproximar aún más a nuestros 1,5 millones de consultoras y consultores a sus casi 100 millones de consumidores, mejorando la calidad del servicio y la experiencia de compra (Informes GRI, 2012).
INVERSIÓN E INNOVACIÓN,	
4	Movimientos que viabilizaron nuestro modelo logístico futuro y, ahora, deberán permitir el uso de las tecnologías digitales como vectores de innovación aplicada a la calidad de las relaciones y no sólo en apoyo a las transacciones (Informes GRI, 2012).
5	Cuanto más evolucionamos en nuestras prácticas socio-ambientales, más percibimos las oportunidades de innovación y los desafíos que tenemos por delante. (Informes GRI, 2012)
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACIÓN	
6	Capacitación y entrenamiento a colaboradores para aumentar la fuerza de ventas (gerentes de ventas y gerente de relaciones) de los países aliados y Brasil por valor de \$ 17.546.587.385 en el año 2012 (Informes GRI, 2012).
7	Gastos en ventas que se destinaron para la compra de varias materias primas que serían utilizados en los productos Natura (Informes GRI, 2012).
8	Pago de fondos y convenios de desarrollo sustentable voluntarios de Natura, cuyo desembolso está relacionado a la realización de proyectos o patrocinios de mejoras de infraestructuras, papeleo y otras (Informes GRI, 2012).
9	Talleres y cursos pagados para perfeccionar técnicas de producción sustentable. (Informes GRI, 2012)
10	Valores invertidos en certificación y planes de manejo de áreas de cultivos. (Informes GRI, 2012)
11	Pago en estudios y asesorías en donde se incluyen estudios de antropólogos, abogados, economistas, ONGs, y demás contrataciones para la actuación en comunidades proveedoras y cadenas productivas. (Informes GRI, 2012)
	Todos estos recursos destinados suman la totalidad aproximadamente un valor en pesos colombianos de \$10.084.610.438.
12	Extracción y transporte de materias primas y empaques (proveedores directos e indirectos) distribuidos a proveedores por la compra de insumos y servicios. (Informes GRI, 2012)
13	Proceso industrial y procesos internos \$ 803 millones distribuidos a colaboradores, a través de beneficios y salarios, el valor quedó, aproximadamente, un 26,5% superior al de 2011. R\$ 437 millones invertidos en infraestructura y logística. (Informes GRI, 2012)

Fuente: datos de la investigación (2017).

Figura 2 – Movimientos Influyentes 1



Fuente: datos de la investigación (2017).

a. Correlación:

- Existe un relación fuerte y directa entre los Ingresos Operacionales y la Inversión e Innovación en un 100%, esto se debe ya que la empresa al año hace actividades de innovación relevantes para ser uso de las actividades con los ciudadanos e invierte en tecnologías, como estrategia comercial, y la búsqueda de nuevos negocios, en técnicas de manejo y extracción en los insumos de la biodiversidad y en operaciones industriales y logísticas.
- En la relación entre los Ingresos Operacionales con los Gastos de ventas con una similitud del 100%, no se ha hecho un control de costos de forma adecuada ya que se ve involucrado su forma de administrar los recursos adquiridos, según (Moreno, 2015), "Cualquier negocio enfrenta una elección de qué tanto riesgo tomar cuando se trata de sus ingresos contra sus gastos y si no tienes éxito tus gastos potencialmente excederán tus ingresos y te dejarán con deudas".

- En la relación de los Ingresos con los Gastos Administrativos y Operación con un 100%, no se hace un control adecuado de los costos de operación ya que cada año se influyen en el mismo porcentaje y no se hace un balance adecuado de administración de recursos administrativos, esto se debe a que si miramos el principio de asociación no ha sido influyente en la participación contable por que año tras año siguen con las mismas estadísticas y no hay auditoria que lo controle, puesto que en algunos casos no se obtiene recurso alguno de lo invertido o gastado.
- La mayoría de gastos y costos están concentrados en la operación. La relación entre ingresos con otros gastos están concentrados en un 81%.

Cuadro 8 – Año Fiscal

VARIABLE A ANALIZAR	2012	2013	DIFERENCIAS
INGRESOS OPERACIONALES	\$5.300.141.830.137	\$5.855.238.078.039	\$555.096.247.902
INVERSION EN INNOVACIÓN	\$128.625.973.784	\$151.177.280.876	\$22.551.307.092
GASTOS DE VENTAS	\$1.532.904.218.739	\$1.236.055.516.852	-\$296.848.701.887
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$539.226.809.578	\$1.020.237.837.514	\$481.011.027.936
OTROS GASTOS	\$4.927.878.216		

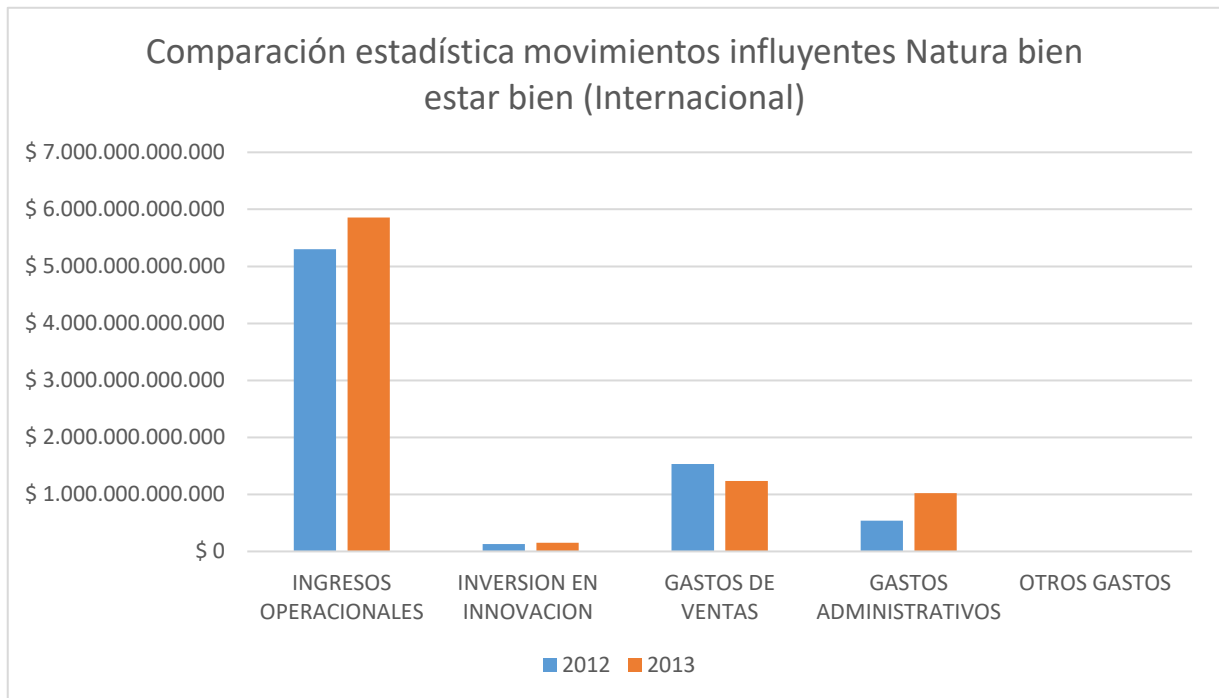
Fuente: datos de la investigación (2017).

Cuadro 8 – Observaciones de Resultados Internacional

INGRESOS OPERACIONALES ENTRE AÑO 2012 CON 2013.	
1	La marca es líder en preferencia de los consumidores en su segmento, con un índice del 44%. En las Operaciones Internacionales registra evolución en conocimiento y preferencia en todos los países donde tiene operaciones.
2	La compañía registró evolución en los ingresos netos a un ritmo medio del 13% al año y ampliación de la red de ventas. (www.relatoweb.com.co, 2013)
3	Aumentó capital humano con más de 7.000 colaboradores*: Brasil, Argentina, Chile, Perú, México, Colombia, Francia y Nueva York (EE.UU.). Para el año 2013. (www.relatoweb.com.co, 2013)
INVERSIÓN E INNOVACIÓN,	
4	Índice de innovación del 63% (participación en las ventas de productos lanzados hace menos de dos años). (www.relatoweb.com.co, 2013)
5	\$151.177 millones aplicados en innovación (3% de los ingresos netos). (www.relatoweb.com.co, 2013)
6	En 2013, el mercado de cosméticos, higiene personal y perfumería avanzó un 10,6%, según datos de la Asociación Paulista de la Industria de Perfumería y Productos de Belleza (Sipatesp) y Asociación Brasileña de la Industria de Cosméticos, Fragancias y Artículos de Tocador (Abihpec) (www.relatoweb.com.co, 2013).
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACION	
7	La pérdida de <i>market share</i> estuvo concentrada en cosméticos y fragancias, mientras que la participación en las categorías de higiene personal se mantuvo prácticamente estable, apoyada principalmente por el lanzamiento de la <i>submarca Sou</i> . Se obtuvieron gastos que representaron un alza en compras para obtener ingresos por un producto que no dio la talla en el año 2013 (www.relatoweb.com.co, 2013)
8	Para financiar esa estrategia, además de los recursos propios, Natura cuenta con el apoyo de agencias de fomento como la Finep (Empresa Financiadora de Estudios y Proyectos), que destinará un volumen de \$171.128.573.532, en los próximos dos años para investigaciones y proyectos de la empresa (www.relatoweb.com.co, 2013)
9	Con una inversión prevista de \$16.630.570.800, dividida igualmente entre las dos organizaciones, el centro apoyará proyectos de investigación científica y tecnológica que evalúen los beneficios del bienestar a partir de diferentes áreas del saber, como la neurociencia, la psicología positiva y la psicometría. “Nuestro objetivo es entender modelos culturales y sociales que posteriormente serán aplicados en nuevos productos, conceptos y servicios”, afirma Luciana Hashiba, gerente de Gestión y Redes de Innovación de la empresa (www.relatoweb.com.co, 2013)
10	El aumento relativo de nuestros gastos de venta en 2013 fue motivado, principalmente, por los ajustes hechos en los incentivos de las Consultoras Natura Orientadoras (CNOs) relacionados al programa de productividad y el aumento en inversión en <i>marketing</i> (www.relatoweb.com.co, 2013)
11	En nuestros gastos administrativos, si excluimos la reversión de la participación de los colaboradores en las ganancias de Natura que favorecieron el resultado de 2012 – aquel año, la remuneración variable no se pagó a los gestores, en función del no cumplimiento de las metas sociales – observamos una estabilidad en ese indicador (www.relatoweb.com.co, 2013)
12	En nuestras operaciones internacionales, los gastos de venta también aumentaron con relación al año anterior, motivado por las inversiones en <i>marketing</i> y mayores gastos en la fase inicial de implantación del modelo CNO en Argentina, Chile y Colombia (www.relatoweb.com.co, 2013)

Fuente: datos de la investigación (2017).

Figura 3 – Movimientos Influyentes 2



b. Correlación:

- Con un 100% de relación entre Ingresos e Inversión e innovación, se puede notar que sigue el mismo método que logra garantizar esa visión integral, con enfoque y agilidad para la innovación; los proyectos fueron agrupados en tres grandes frentes de investigación y desarrollo: Bienestar y Relaciones; Tecnologías Sustentables; y Tecnologías Cosméticas. “investigación científica y tecnológica que evalúen los beneficios del bienestar a partir de diferentes áreas del saber, como la neurociencia, la psicología positiva y la psicometría” (Relatoweb.com.br, 2013).
- La relación de los Ingresos con los gastos de ventas, son de un 97%, se debe a que la evolución de la empresa ha proporcionado a que más colaboradores y consultores trabajen más, y así las ventas se vean reflejadas como se ha venido viendo en las comparaciones de los años en sus estados de resultados, y tenemos como relación un principio de asociación homogéneo ya que desde el punto de vista económico, no puede existir un ingreso sin costo o gasto. Necesariamente se debe invertir o gastar algo para poder obtener un ingreso, por consiguiente siempre habrá un costo o gasto relacionado con cualquier ingreso.

- Con un 66% se relacionan los Ingresos y los gastos o costos operativos, comparándolo con los años anteriores si hubo una buena gestión administrativa y el control de gastos anuales. Se ve reflejado que los gastos obtuvieron una buena posición en la empresa.

3.6. BENEFICIOS TRIBUTARIOS

Según el periódico LR LA REPUBLICA la autora (Morales, 2015), publica que Natura bien estar bien, está dentro del grupo de empresas llamadas certificación B, que describe que para el caso de Natura, la quinta empresa de venta directa más grande del mundo, que cuenta con cerca de 7.000 colaboradores a nivel global y 100 millones de clientes, ser una Empresa B es fundamental porque representa una ventaja comparativa frente a la competencia. Según Diana Carolina Aguilar, gerente de sustentabilidad de Natura, “estamos en el listado Forbes entre las 10 firmas más innovadoras y además cotizamos en Dow Jones, datos que nos catapultan no como una empresa con un simple programa de responsabilidad social, sino como un sistema de negocios coherente y sustentable.”

Ahora bien, aunque el Gobierno aún no brinda beneficios tributarios, sí está trabajando en la construcción de una política en beneficio de estas empresas.

En el último año, ha crecido cerca de 40% este sistema, actualmente dos empresas, una líder en la industria de alimentos y otra del sistema del financiero, como otras 70 colombianas más, están en la búsqueda de la certificación. El pronóstico parece ser positivo, pues según datos de Sistema B, cerca de US\$500 millones entrarán a estas empresas en el corto plazo, proveniente de inversión financiera privada. (Morales, 2015).

Los pasos para para lograr este certificado y que está llevando Natura son los siguientes: en primer lugar, optar por la certificación; segundo, realizar la evaluación de gobernanza, modelo de negocios, prácticas ambientales y laborales; tercero, revisar su puntaje; el cuarto paso es entregar la documentación de respaldo, comprometerse con los deberes y derechos como Empresa B; quinto, hacer un cambio de estatutos empresariales; y el último paso es pagar el derecho anual.

Natura a medida de los años en todos los países ha optado por tener su fundación, esta llamada Fundación Natura en Colombia el cual tomamos las razones por la cuales se debería crear está según (Vargas, 2012), publica en su artículo que las fundaciones empresariales cumplen un doble rol, uno enfocado al desarrollo o transformación de una situación que es sensible para la sociedad, como fundaciones, son de beneficio público, sin ánimo de lucro. Y otro orientado hacia las empresas fundadoras o patrocinadoras. Si bien las fundaciones son organizaciones

independientes a las empresas responden, en algunos casos a sus intereses y orientaciones. Por ejemplo, es común encontrar representantes de las empresas en los órganos de gobierno de las fundaciones, a su vez, las empresas se instituyen como una fuente importante de recursos para las fundaciones; en algunas ocasiones estas organizaciones operan en las zonas de influencia de la empresa.

3.6.1. Los logros y beneficios tributarios que le ha logrado obtener a sus socios

Fundación Natura Colombia, mediante su actividad “Conservar los Bosques” ha logrado que más de Cuarenta y cinco productores ganaderos de Doncello, en Caquetá (Colombia) descubrieran el beneficio que les brinda conservar los bosques que hay en sus fincas. El Municipio de la localidad otorga incentivos tributarios a cambio de esa práctica, pero esa reducción del 10% en el valor tributario pagado anualmente en renta, cuyo objetivo principal es incentivar la conservación de áreas de bosques remanentes en las fincas de Caquetá.

Afortunadamente, ahora no solo tienen la información y se han beneficiado con el incentivo, sino que además el mismo Municipio ha mejorado sus ingresos al recuperar el pago por impuestos atrasados (ya que uno de los requisitos para acceder a la reducción de impuestos es estar al día en los pagos) y por ello cuenta con un flujo más estable.

El Municipio incluso decidió incrementar del 10 al 50% el incentivo tributario al reconocer que era mejor recaudar los impuestos atrasados de los finqueros y recibir el 50% del impuesto de los predios que no recibir ningún pago a tiempo, como sucedía anteriormente (Fundación Natura COLOMBIA, 2008).

3.6.2. ¿Qué puede lograr en sus próximos años natura para más beneficios tributarios?

En Colombia, desde el principio de 1990, la política fiscal ha logrado beneficios tributarios para la gestión e inversiones ambientales, en la aplicación de las normas vigentes estos beneficios pretenden generar un ahorro al contribuyente, al motivar por la vía de descuentos el montaje de estructuras o equipos destinados a controlar la contaminación, monitorearla y mejorar las condiciones ambientales asociadas a los procesos de la actividad económica (TORRES, PUERTO LOZANO, & ACEVEDO DUITAMA, 2009)

Natura podrá acogerse con la expedición 624 de 1989, el cual otorga descuentos en renta para quienes adelantan inversiones en programas de reforestación incluido en el código de recursos

naturales (decreto ley 2.811/74) (TORRES, PUERTO LOZANO, & ACEVEDO DUITAMA, 2009)

También en el país, existe la ley 223 de 1995, la cual incorporó en el ámbito de las reformas tributarias la oportunidad de excluir de la obligación del pago del impuesto a las ventas (IVA), la ley 44 de 1990 contempla que se puede reducir el 20% de la renta líquida, la base gravable del impuesto pertinente por concepto de inversiones ambientales, quedando sujeto de reglamentación, por parte del Ministerio del Medio Ambiente y de las autoridades competentes (TORRES, PUERTO LOZANO, & ACEVEDO DUITAMA, 2009).

En el estatuto tributario el Artículo 83, en plantaciones de reforestación se presume de derecho que el ochenta por ciento (80%) del valor de la Renta, en cada ejercicio gravable, corresponde a los costos y deducciones inherentes a su explotación (Estatuto Tributarios Nacional)

Artículo 158. ET. Serán considerados como gastos deducibles del impuesto sobre la renta, en sus coeficientes de amortización, las inversiones en construcción y reparación de viviendas en el campo en beneficio de los trabajadores; igualmente, los desmontes, obras de riego y de desecación; la titulación de baldíos; construcción de acueductos, cercas, bañaderas y demás inversiones en la fundación, ampliación y mejoramiento de fincas rurales. (Estatuto Tributarios Nacional)

Artículo 157 ET. Deducción por inversiones en nuevas plantaciones, riegos, pozos y silos. La deducción anterior se extenderá también a las personas naturales y jurídicas que efectúen inversiones en empresas especializadas reconocidas por el Ministerio de Agricultura en las mismas actividades. La deducción de que trata este artículo, no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la renta líquida del contribuyente que realice la inversión (Estatuto Tributarios Nacional)

Art. 253. Por reforestación. Establezcan nuevos cultivos de árboles de las especies y en las áreas de reforestación, tienen derecho a descontar del monto del impuesto sobre la renta, hasta el 20% de la inversión certificada por las Corporaciones Autónomas Regionales o la Autoridad Ambiental Competente, siempre que no exceda del veinte (20) % del impuesto básico de renta determinado por el respectivo año o período gravable (Estatuto Tributarios Nacional)

PAR. El Certificado de Incentivo Forestal (CIF), creado por la ley 139 de 1994, también podrá ser utilizado para compensar los costos económicos directos e indirectos en que incurra un propietario por mantener dentro de su predio ecosistemas naturales boscosos poco o nada intervenidos como reconocimiento a los beneficios ambientales y sociales derivados de estos (Estatuto Tributarios Nacional)

4. CONCLUSIONES

Se observa una relación fuerte y positiva entre las variables de desempeño financiero, con la puesta en marcha de políticas de sostenibilidad, mostrando una trazabilidad contable y financiera adecuada en el desarrollo de sus políticas de sostenibilidad y su visualización ante los diferentes grupos de interés.

Natura siendo parte del sector de cosméticos y belleza, quiere lograr ser reconocida por ser una empresa que busca satisfacer día a día las necesidades del consumidor por medio de productos de óptima calidad con altos estándares de confianza, además está comprometida en todos sus sectores productivos comprendido desde inversionistas hasta personal de producción con una política de calidad con capacidad de promover el desarrollo sustentable o sostenible de la sociedad, por medio de relaciones estables entre sus productos y servicios, con el fin de transformar las debilidades ambientales que se presenten en oportunidades que generen un bien común para todos.

Natura reconoce la necesidad de conservar la biodiversidad y los ecosistemas, de esta forma generando una relación con el entorno que comprometa a la construcción de un mundo mejor, integrando procesos de mejora continua enfocados a la producción más limpia y reutilización de agregados, además la empresa se compromete al estricto cumplimiento de la legislación ambiental vigente, normas y leyes establecidas, obteniendo amplios beneficios tanto como para sus afiliados y la misma empresa, para lo cual se hará una revisión periódica de la misma para su actualización el cual se ha dado a conocer al personal relacionado con la empresa y de igual forma será publicada dentro los documentos informativos y en espacios públicos de sus instalaciones; como son sus beneficios tributarios que si aún no se han catalogado como empresas de beneficios en un 100% si son empresas encaminadas a eso por el gran potencial que tienen para dirigir la economía básica de un país, puesto que ello ha logrado grandes cambios en la conservación de bosques, aguas, vertederos y otros, que hay en las tierras Colombianas; mediante su Fundación llamada con su mismo nombre y otorgando grandes descuentos tributarios a sus beneficiarios y visionándose para los próximos años las principales leyes a las cuales se puede someter por aportar a un consentimiento ambiental y retribuir descuentos en movimientos financieros y tributarios.

También se da a conocer las principales prácticas que llevaron a que esta gran empresa brasileña y apertura da en Colombia se hiciera tan reconocida, con un movimiento grande de afiliados y consumidores, tanto en su producción como en su distribución, visualizando las ayudas con estadísticas más efectivas de los periodos en las últimas décadas. Cabe aclarar que los datos obtenidos fueron del año 2013 hacia atrás. Así mismo, reconocimientos de talla mundial como los que le hizo el GRI y los factores de éxito y algunos obstáculos que se obtuvieron en el transcurso de la actividad económica; se miraron los estados financieros en comparación con un año y otro, y se trataron datos de correlación importantes en donde se notó aumentos hasta del 500% en sus ventas y su evolución en sus afiliados, las innovaciones que van a la par con sus ingresos que hace que esta se vea más reconocida y ponga a prueba las mejores prácticas empresariales y de responsabilidad social.

REFERENCIAS

- B.E, G. A. (2014). RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y RENDIMIENTO FINANCIERO. *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y RENDIMIENTO FINANCIERO*.
- Castillejos Allard, M., Zavaleta Herrera, S., & Canseco Lopez, P. (4 de 1 de 2015). GLOBAL CONFERENCE ON BUSINESS AND FINANCE. *ETICA CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CON UNA EMPRESA PRIVADA*, 10(1), págs. 533-539.
- Consejo Empresarial Colombiano Para El Desarrollo Sostenible CECODES. (12 de 2008). LOS NEGOCIOS EXCLUSIVOS EN COLOMBIA. *ALIANZA PARA NEGOCIOS EXCLUSIVOS*, págs. 9-12.
- Estatuto Tributarios Nacional. (s.f.). *Libro impuesto a la renta y complementarios*. Recuperado el 02 de Junio de 2015, de <http://estatuto.co/?o=0&w=libro-primero>
- Fundacion Natura COLOMBIA . (2008). *Fundacion Natura COLOMBIA* . Obtenido de UNIDOS POR LOS BOSQUES: <http://www.natura.org.co/generales/conservar-los-bosques-rinde-beneficios-tributarios-a-productores-del-caqueta.html>
- GRI. (2011). *GLOBAL REPORTING INITIATIVE*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/reporting/reporting-support/support/multinationals/Pages/Natura.aspx>
- Informes GRI. (2012). *relatoweb.com.br*. Obtenido de Informe Natura 2012 VERSION COMPLETA GRI: http://www.relatoweb.com.br/natura/13/sites/default/files/gri_espa_v7.pdf
- Morales, V. P. (18 de Febrero de 2015). *LR LA REPUBLICA* . Obtenido de Empresas: http://www.larepublica.co/natura-e-hybrytec-entre-las-empresas-con-certificaci%C3%B3n-b_221321
- Moreno, C. R. (2015). *eHow en español* . Obtenido de Ingresos y gastos: http://www.ehowenespanol.com/ingresos-vs-gastos-info_44816/

Piñeros Espinosa, R. A., & Castro, A. M. (8 de 2014). DESCRIPCION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL AREA DE SOSTENIBILIDAD DEL HELM BANK. *Pensamiento & Gestion*, págs. 1-96.

Relatoweb.com.br. (2013). *Natuura bien esta bien*. Obtenido de EXPANDIR LAS FRONTERAS DE LA INNOVACION:
<http://www.relatoweb.com.br/natura/13/es/innovacion>

TORRES, P. A., PUERTO LOZANO, M. E., & ACEVEDO DUITAMA, J. P. (2009). *BENEFICIOS TRIBUTARIOS EN COLOMBIA PARA EL MEDIO AMBIENTE*. Yopal Colombia.

Vargas, A. y. (20 de Marzo de 2012). *Gestrategica*. Obtenido de Noticias:
http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=719

www.relatoweb.com.co. (2013). *INFORME NATURA 2013 GRI*. Obtenido de
http://www.relatoweb.com.br/natura/13/sites/default/files/rel_natura_2013_fo_impresso_miolo_espanhol_duplas.pdf