**❌ Contraejemplo: Coca-Cola Life**

* **Sociedad**: Intentó ofrecer una alternativa más saludable con stevia, pero no logró un cambio real en los hábitos de consumo ni tuvo impacto ambiental significativo.
* **Consumidores**: No sintieron una diferencia clara respecto a las otras versiones de Coca-Cola. Muchos la percibieron como una estrategia de “greenwashing”.
* **Empresa**: No logró los objetivos de mercado ni de posicionamiento, y terminó **discontinuando el producto en 2020**.

**✅ Ejemplo exitoso: Natura (cosmética natural y sustentable)**

* **Sociedad**: Invierte en la conservación de la Amazonia y trabaja con comunidades locales para recolectar ingredientes naturales de manera sustentable.
* **Consumidores**: Valoran productos ecológicos, libres de crueldad animal y con ingredientes orgánicos, sin perder calidad.
* **Empresa**: Natura logró expandirse internacionalmente y fue la primera empresa de capital abierto en ser **certificada como Empresa B (beneficio social y ambiental)** en América Latina. También compró marcas globales como The Body Shop y Avon.

Este ejemplo sí cumple con las **tres puntas del triángulo**:

* ✔️ **Sociedad**: bienestar humano, apoyo a comunidades y al medioambiente.
* ✔️ **Consumidores**: satisfacción de deseos con productos sustentables.
* ✔️ **Empresa**: crecimiento, rentabilidad y posicionamiento global.