

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR
FLORICULTOR COLOMBIANO**



CARLOS ALBERTO ORTEGA NAVAS

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Especialista en Alta Gerencia**

Asesora:

PAULA COLORADO ORDONEZ

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2016**

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR FLORICULTOR COLOMBIANO

Resumen

En el desarrollo de este trabajo se realizó una revisión bibliográfica conceptual sobre la Responsabilidad social empresarial (RSE), ya que al existir una gran variedad de definiciones fue necesario analizar los principales aspectos que deben tenerse en cuenta para poder formular una definición que se adapte a el tema objeto de este ensayo.

Una vez definido el concepto, se realizó un breve recorrido por la situación actual del sector floricultor en Colombia, se analizaron datos y se revisó su evolución con el fin de dilucidar si el avance y crecimiento económico de este gremio han traído consigo una mayor participación en actividades y acciones socialmente responsables por parte de las empresas que hacen parte de este mercado.

Por último, se indago más de cerca que se está haciendo en cuanto a la RSE, cual es el panorama general y que se puede esperar, se llegó a una serie de conclusiones y recomendaciones generales orientadas a la puesta en marcha de actividades que incentiven a las empresas del sector a crear políticas empresariales más fuertes en este aspecto.

Palabras clave: Exportaciones, RSE, Social, Ética, Moral, Desarrollo Sostenible, Estrategia.

Abstract

During the developing of this paper, as a first step, a conceptual literature review on CSR was made, as to be a variety of definitions is necessary to analyze the main aspects to be taken into account in order to formulate a definition that fits the subject matter of this work.

Once the concept was defined, a brief tour of the current status of flower industry in Colombia was developed, data was analyzed and its evolution was revised in order to determine whether the evolution and growth of this guild have brought greater involvement in socially responsible activities and actions by the companies involved in this market.

Finally, a close review about what is being done in terms of CSR was made, which is the big picture and what to expect, conclusions and recommendations were made for the implementation of activities that encourage companies in the sector to create stronger business policies in this area.

Keywords: Exports, CSR, Social, Ethical, Moral, Sustainable Development, Strategy.

Introducción

La dinámica mundial se caracteriza por un capitalismo como modelo económico reinante, por una sociedad cada vez más globalizada e intercomunicada, donde los niveles de producción y consumo son llevados al límite y parecen no tener un tope, sin embargo, también es una sociedad más preocupada por el medio ambiente, por lo social y por los principios éticos y morales bajo los cuales se rigen las empresas. Es precisamente este modelo de mercado el que exige a las empresas hacer un pequeño alto en esta carrera por las utilidades, para revisar los impactos tanto negativos como positivos que sus actividades económicas están causando en su interior y en su entorno.

Por lo anterior, las empresas y sus gerentes están viendo a la RSE no solo como una forma de suprimir o mitigar los efectos que sus compañías ocasionan, sino que están viendo en estas prácticas formas de obtener ventajas competitivas sobre sus competidores, e incluso están convirtiendo a la RSE en una estrategia de negocio. En tal sentido, Johnson, Scholes y Whittington citados por Katavic y Kovacevic (2011) definen la estrategia como:

la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, la cual logra dar una ventaja a la organización a través de la configuración de sus recursos dentro de un ambiente de retos, para conocer las necesidades de los mercados y cumplir con las expectativas de los stakeholders (p.3).

Muchos gerentes han entendido que si su empresa es reconocida como socialmente responsable por la sociedad, con algo de ingenio y mercadotecnia puede usar este reconocimiento como una herramienta para incrementar sus ganancias, es decir, la RSE se convierte en su estrategia.

Por lo anterior, se presenta este análisis sobre la RSE en un sector de la economía colombiana, que debido a la naturaleza de su labor requiere grandes extensiones de tierra y mano de obra para poder llevar a cabo su actividad, por lo tanto, está directamente relacionado con el medio ambiente, el desarrollo sostenible y lo social.

1. ¿Qué es la RSE?

Se puede llegar a una definición básica solo analizando las palabras que confirman este concepto y usualmente si se le pregunta al común lo definirán como la responsabilidad que tienen las empresas con la sociedad; si bien esta definición no es para nada errónea deja en el aire toda una serie de factores que delimitan los tipos de responsabilidades y el alcance que estas tienen frente a la sociedad. Sin embargo existen diversos factores que se deben tener en cuenta en el momento de poder tratar de llegar a una definición más completa sobre lo que es la RSE.

Para tratar de entender y ejemplificar la cantidad de factores que hacen parte del concepto, Barrero (2007) analiza una serie de definiciones de responsabilidad social en algunas organizaciones privadas:

Según el World Business Council for Sustainable Development la RSE es la responsabilidad que tienen las empresas de apoyar el desarrollo económico sostenible, trabajando con todos los stakeholders, con el fin de mejorar su calidad de vida. (World Business Council for Sustainable development, s.f.). Esta definición tiene como punto principal el trabajo que deben tener las empresas con los grupos de interés, ya que son estos unos de los principales objetivos de la RSE.

Asimismo, en la RSE las empresas agrupan diversos tipos de aspectos sociales y medioambientales en sus negocios y en su relación con los (stakeholders) voluntariamente. (Organización Internacional del Trabajo, 2010). A diferencia de la primera definición, en esta se aclara que la RSE es de carácter voluntario, siendo este un punto muy importante el cual se tratara a profundidad más adelante.

De igual manera el Center for Corporate Citizenship define a la RSE como un conjunto de prácticas gerenciales que asegura el que la empresa minimice los impactos negativos de sus operaciones en la sociedad y maximice los impactos positivos. (Boston college center for

corporate citizenship, s.f.). A pesar de ser muy general, esta definición muestra la esencia de la RSE, la cual gira en torno a los impactos ya sean positivos o negativos, que cualquier actividad económica produzca en su entorno.

Por lo anterior, se encuentra que para llegar a definir de una manera más amplia la RSE se debe tener en cuenta, los siguientes factores:

- La responsabilidad social empresarial debe tener en cuenta el desarrollo sostenible y el tema ambiental.
- La RSE debe tener en cuenta las acciones por parte de la empresa que tiendan a mejorar la calidad de vida de sus empleados y las comunidades directamente afectadas a raíz de las actividades realizadas por las empresas.
- Principios y valores empresariales.
- Motivación entendida como los argumentos que llevan a cada empresa a ser socialmente responsable.

Un acercamiento a una definición más completa que tiende a incluir algunos de los factores mencionados los expone Hernández (2010):

La capacidad que tiene una organización para responder, al impacto de sus acciones sobre los diversos Grupos de interés también denominados stakeholders. Por esto las organizaciones son socialmente responsables cuando orientan parte de sus actividades a mejorar la satisfacción y expectativas de sus empleados, la sociedad y todos los implicados en la actividad comercial de la organización, sin dejar a un lado, el cuidado del entorno. (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, s.f, p.24).

La anterior definición deja de lado dos de los factores en la lista: la motivación y los principios y valores empresariales. Pero ¿porque son tan importantes estos dos factores?, la respuesta a esta pregunta sirve también para tratar de resolver el siguiente interrogante, ¿Están legalmente obligadas las empresas en Colombia a ser socialmente responsables? La respuesta a la segunda pregunta es simple y concreta, NO, las empresas en Colombia no están obligadas en

el estricto sentido de la palabra a ser socialmente responsables, deben cumplir con legislación y normas referentes a la situación laboral de sus empleados, temas ambientales y las demás normas propias de cada actividad económica, sin embargo, como lo plantean Acevedo, Zárate y Garzón (2013), cualquier tipo de iniciativa o acción, reconocida como socialmente responsable por las empresas en Colombia, es realizada de forma voluntaria, ya que no existen sanciones legales que obliguen a efectuar esta práctica empresarial.

Por consiguiente, se entiende el por qué los principios y valores empresariales y la motivación deben ser tenidos en cuenta dentro de cualquier definición sobre la RSE, ya que estos son los que definirán la principal motivación para ejecutar esta práctica, estas motivaciones podrán ser éticas, morales o financieras, como en el caso de las empresas que son socialmente responsables para obtener beneficios tributario, o aquellas que ven a las RSE como una ventaja competitiva. Con respecto a algunas de las motivaciones (Valero y Reyes, 2006) plantean que la mayoría de empresas que hacen parte de programas RSC consideran que sus planes son intrínsecos a su actividad comercial y no se realizan teniendo objetivos filantrópicos. En muchas organizaciones se considera que ser socialmente responsable puede traer grandes beneficios económicos resultantes del mejoramiento de la imagen de la organización lo cual resulta en aumento en sus ventas y un mayor nivel de compromiso por parte de sus empleados.

Una vez visto y analizado los diferentes factores que hacen parte de la RSE es necesario tratar de crear una definición propia, que incluya y resuma todo lo anteriormente visto, por esto se puede decir que la responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas o acciones llevadas a cabo por una empresa, de manera voluntaria, motivada por factores económicos, financieros, éticos o morales, tendientes a disminuir los impactos negativos que las empresas en la ejecución de sus actividades, tengan en las sociedades, medio ambiente y empleados, participando activamente en la búsqueda de fórmulas para que estas actividades traigan una mejor calidad de vida y un desarrollo sostenible.

2. Sector floricultor en Colombia

De acuerdo con Corficolombiana, el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), en el año 2014 reportó 6.956,07 hectáreas de flores sembradas (Corficolombiana, 2015). Esta producción se concentra en tres grandes regiones: Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 1

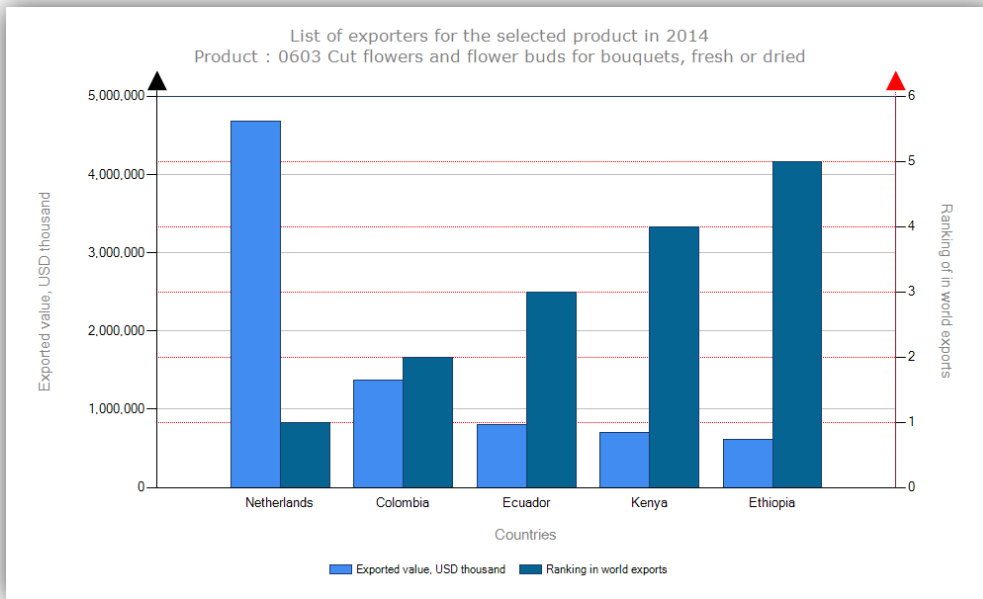
Distribución de la producción de flores por región en Colombia

Cundinamarca	Antioquia	Valle del Cauca
Rosas, claveles y Alstroemerias.	Pompones, crisantemos, Hortensias	Anturios y Heliconias
76%	19%	5%

Nota. Fuente: Procolombia. (2015). *Sector flores frescas - planeacion 2015*.

En Colombia la exportación de flores frescas cortadas ha venido creciendo a un ritmo acelerado, según cifras entregadas por Procolombia, Entre 2009 y 2014, las exportaciones colombianas de flores frescas han crecido un 31% (US\$322 millones) (PROCOLOMBIA, 2015) entre 2014 y 2015, los lugares de destino de este producto han incrementado y países como Uruguay, Serbia y Montenegro, Marruecos, Costa Rica, Qatar, Eslovenia, El Salvador, Islas Vírgenes (Reino Unido), Hong Kong, Turquía, México, se han convertido en nuevos mercados para las flores colombianas.

De lo anterior se evidencia el gran esfuerzo que en materia de la calidad y promoción, se ha venido trabajando en este sector de la economía Colombiana, logrando que el producto sea aceptado y solicitado en mercados no tradicionales para la floricultura Colombiana. De igual modo, en la Figura 1 se puede observar el ranking de los primeros 5 países productores y exportadores de flores frescas cortadas a nivel mundial, en el que Colombia ocupa el segundo puesto después de los países bajos:



Fuente: Trademap.org

Figura 1. Top 5 países productores y exportadores de flores frescas

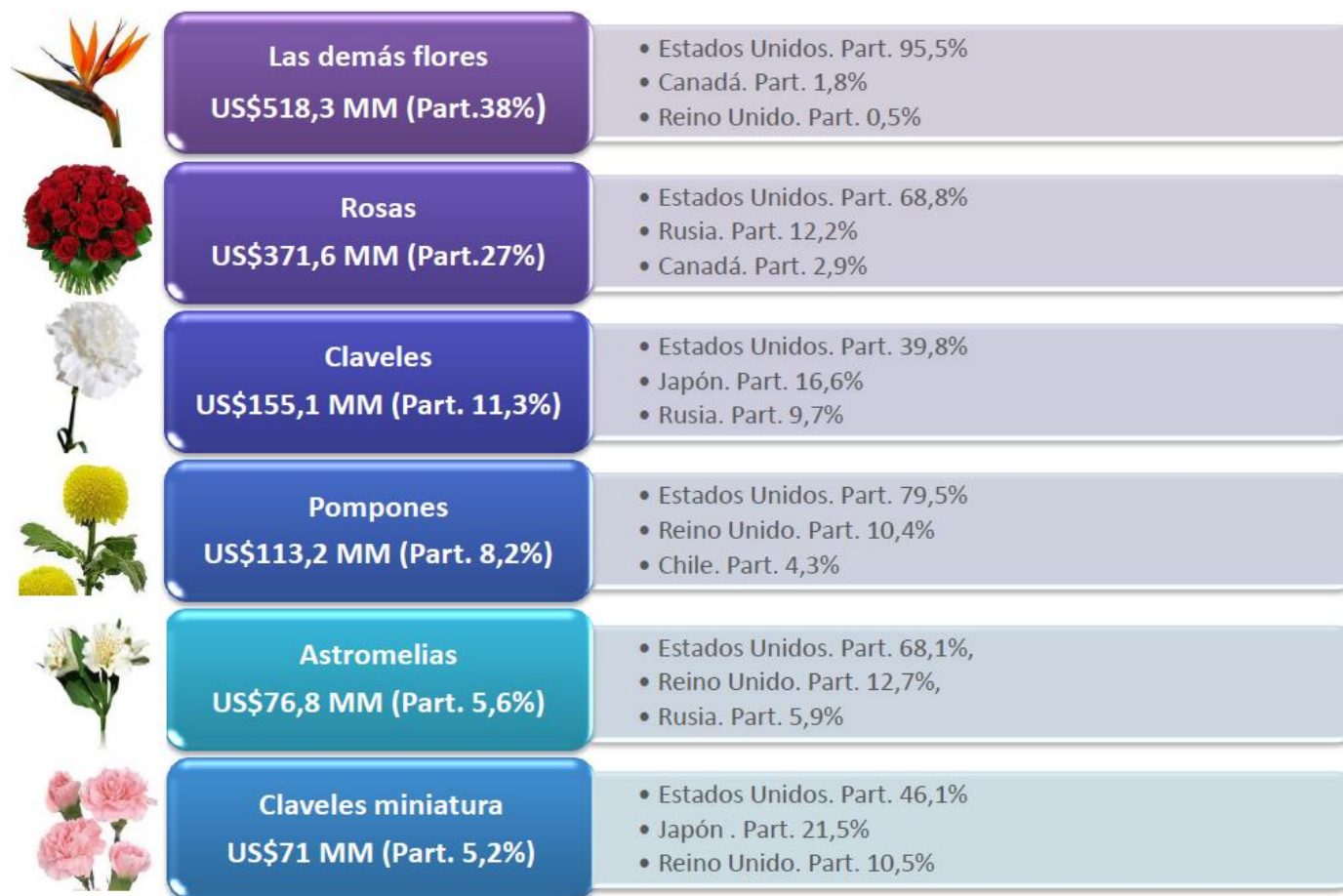
Tabla 2.

Países que conformaban el 90% de las exportaciones mundiales de flores en 2014

Netherlands	Colombia	Ecuador	Kenya	Ethiopia	Belgium	Malaysia	Germany	Italy
48%	14%	8%	7%	6%	3%	1%	1%	1%

Fuente: Elaborado por autor, Datos Trademap.org

La Figura 2 muestra los principales destinos por producto de las exportaciones de flores en Colombia:



Fuente: Dane – Cálculos Procolombia

Figura 2. Destinos por producto de las exportaciones de flores en Colombia

Si bien los mercados de destino se han diversificado en los últimos años, Estados Unidos sigue siendo el destino más importante para los floricultores, seguido por Rusia, Reino Unido, Japón y Canadá, estos destinos juntos suman el 91% del total de las exportaciones, el 9% restante se encuentra en países como, España, Chile, Países Bajos, Australia y otras naciones europeas (Procolombia, 2015). Con lo anterior se evidencia el gran potencial que hay aún por explotar por fuera de los mercados tradicionales, lo cual puede ser un objetivo claro para las empresas del sector que pretendan expandir sus nichos de mercado.

La industria floricultora en Colombia genera alrededor de 182.174 empleos, el 60% de estos empleos son ocupados por mujeres, cerca del 25% de la mano de obra rural femenina es

empleada por este sector, y su participación en el PIB del sector agropecuario de la economía es del 7% (Colombia.co, s.f.).

Una vez vistos los datos generales y la situación actual del sector si tienen las herramientas para determinar si el crecimiento de las empresas vinculadas al gremio y su crecimiento van de la mano con los esfuerzos realizados para ser socialmente responsables.

3 ¿Son socialmente responsables las empresas del sector floricultor en Colombia?

Cuando se quiere determinar si una empresa, organización o sector de la economía es socialmente responsable, no basta simplemente con verificar si han hecho inversiones de capital con este fin o si se están tomando las medidas para mitigar el impacto medioambiental, en otras palabras, se necesita realizar un análisis general que permita dilucidar si todas las condiciones se están cumpliendo, por lo tanto, para dar respuesta a esta pregunta hay que ser consecuentes con la definición a la que se ha llegado en la primera parte y hacer un recorrido por los aspectos más importantes de la RSE en el marco de la gestión que se viene realizando en el sector floricultor Colombiano.

Como primera medida hay que hablar sobre la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (ASOCOLFLORES), de acuerdo con ASOCOLFLORES (2010), esta organización representa a la gran mayoría de floricultores en el país, sus asociados suman aproximadamente el 80% de las exportaciones de flores Colombianas y se ha caracterizado por su compromiso en lograr que el sector floricultor colombiano sea sostenible y social.

Para Asocolflores la estrategia de responsabilidad social se basa en los siguientes 4 ejes (ASOCOLFLORES, 2010):



Fuente: ASOCOLFLORES, Global Reporting Initiative (GRI). (2010). p. 11.

Figura 3. Estrategias de RSC de Asocolflores

Con lo anterior se evidencia como esta estrategia que siguen las empresas del sector floricultor en Colombia cumple con los aspectos a tener en cuenta dentro de la definición dada sobre RSE:

1. Las empresas de esta industria se asocian voluntariamente, es decir que su motivación ya sea económica, financiera, ética o moral no es coaccionada.
2. Realizan acciones tendientes a mejorar la calidad de vida de sus empleados y las comunidades directamente afectadas a raíz de las actividades realizadas por las empresas.
3. Tiene en cuenta el desarrollo sostenible y el tema ambiental.

Para llegar a una conclusión más objetiva hay que proceder a ver cada uno de los ejes que conforman la estrategia y poner sobre la mesa las acciones que se llevan a cabo en cada eje:

Liderazgo sectorial: En este eje es importante resaltar la creación del centro de innovación de la floricultura colombiana, CENIFLORES, el cual según Asocolflores (2010) tiene como objetivo apoyar mediante recursos nacionales e internacionales la investigación en temas de desarrollo sostenible y a su vez responsabilizarse por transmitir entre las empresas del sector la información referente a los hallazgos resultado de estas investigaciones.

El segundo punto a revisar es el relacionado con la excelencia en estándares ambientales. En este tema se crea el Programa Finca Florverde el cual asegura que se cumplan altos estándares ambientales y sociales en la industria floricultora, para esto se utilizan las siguientes herramientas:

Un sistema de indicadores socio ambientales (SiS-Fv), Un esquema de asesoría y formación para el mejoramiento continuo (Capacity building), Una estrategia de alianzas para la cooperación y el desarrollo de las buenas prácticas Florverde y por ultimo un sistema de certificación de tercera parte independiente, o Certificación Florverde este último a diferencia de otros sellos o certificaciones, recurre a evaluaciones de tercera parte (organismos de certificación) que avalan el cumplimiento de los productores frente a una estricta normativa en temas sociales, ambientales y de calidad (Asocolflores, 2010, p.13).

Son diversos los sellos y certificaciones que hacen parte del interés por mostrar el compromiso social y ambiental del sector, tanto así que las empresas floricultoras invierten gran cantidad de tiempo, esfuerzo y recursos para lograr obtener dichas certificaciones, algunas de las más importantes son:



FLORVERDE:

Esta certificación garantiza que las Flores sembradas en Colombia cumplen con los estándares sociales y ambientales desde su siembra hasta su empaque y envío.

(fuente: www.florverde.org)



VERIFLORA:

certificación de agricultura sostenible para flores cortadas y plantas ornamentales. con esta certificación, los compradores sienten confianza que estos productos han sido producidos con las mejores practicas en el área del medio ambiente y responsabilidad social por parte de cada compañía productora. (fuente: <http://www.veriflora.com>)



RAINFOREST:

Los productos que exhiben el sello se originan o contienen ingredientes que provienen – de fincas certificadas Rainforest Alliance. Estas fincas son administradas de acuerdo con rigurosos criterios ambientales, sociales y económicos diseñados para conservar la vida silvestre, proteger los suelos y las vías acuáticas, asegurar el bienestar de los trabajadores, sus familias y las comunidades locales

(fuente: <http://www.rainforest-alliance.org/es>)

GLOBALG.A.P.

GLOBALG.A.P. :

La certificación GLOBALGAP esta primordialmente diseñada para que los consumidores se sientan tranquilos sobre como los bienes son producidos, minimizando los impactos ambientales ocasionados por las operaciones de las empresas productoras, reduciendo el uso de productos químicos y siendo responsables por la salud de los trabajadores, la flora y la fauna. (fuente: <http://www.globalgap.org/es>)



FLP&CB:

Basados en la organización internacional del trabajo OIT Y otras reconocidas organizaciones reconocidas por impulsar la responsabilidad, los criterios de esta certificación están diseñados para evaluar las condiciones de trabajo y los impactos en las comunidades aledañas al proceso de producción agrícola.

(fuente: http://www.scs-certified.com/docs/FLP_MAN_CertificationManual_V1-031810.pdf)



ETI.

Es una innovadora alianza de compañías, sindicatos y organizaciones voluntarias que trabajan en alianza para mejorar las vidas laborales de las personas en todo el mundo.

(fuente: <http://www.ethicaltrade.org/>)



BASC. Bussines Alliance For Secure Commerce

Este es un programa voluntario de cooperación entre el sector privado y entidades nacionales y extranjeras, que fue creado para adoptar, promover y ayudar al fortalecimiento de los estándares de seguridad, para un comercio más seguro.

(Fuente: <http://www.wbasco.org/>)

Fuente: Elaborado por autor – información y logos obtenidos de páginas institucionales.

Figura 4. Principales certificaciones de calidad en Colombia

Ciudadanía corporativa: en este eje ASOCOLFLORES (2010) muestra como las empresas del sector han enfocado sus esfuerzos en tres frentes:

- ✓ Desarrollo local: en este frente se busca mejorar la calidad de vida de todos los empleados de la industria floricultora, de sus familias y de las comunidades en los municipios de influencia. Los programas están basados en principios de equidad de género y protección al trabajador.
- ✓ Bienestar para la cadena de valor: se busca en este frente que las empresas del sector floricultor contribuyan a generar bienestar social en las zonas de influencia de su labor. Una de las acciones a resaltar es la construcción, adecuación y dotación de centros educativos.
- ✓ Fomento de prácticas de RSE: Se motiva a las empresas para que realicen labores de RSE por su cuenta y que difundan estas labores en el sector para que puedan ser adaptadas y realizadas por otras compañías de la industria.

Entorno Laboral: de acuerdo con ASOCOLFLORES (2010) El tercer eje de la estrategia de RSE del sector está basado en el recurso humano y se enfoca en cinco aspectos: Contratación de mano de obra local, Generación de empleo formal, Estabilidad laboral, Formación y desarrollo para los trabajadores y Beneficios adicionales a los legales (p.15).

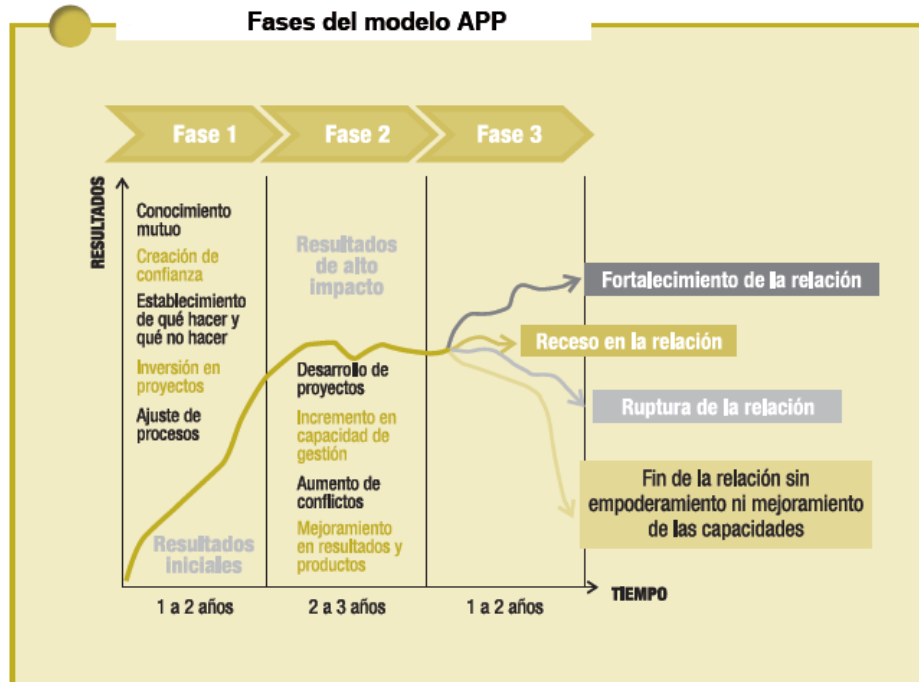
En resumen lo que se busca con esta estrategia es que las personas que trabajan en las empresas del sector residan en la zona de influencia, que a su vez sean personas que cuenten con todos los beneficios de ley a los cuales pueden tener acceso cuando son formalmente contratados y que puedan ser laboralmente estables para poder disfrutar de estos beneficios durante largos periodos de tiempo, una vez sean empleados estables y con beneficios completos obtenidos por el tipo de vinculación laboral, pueden ser formados y capacitados en diferentes áreas de conocimiento dándoles mejores herramientas para desarrollar sus funciones o para asumir futuras responsabilidades. Por ultimo las empresas del sector floricultor deben procurar otorgar

beneficios adicionales a sus empleados, que sean orientados al bienestar familiar, como son los apoyos en adquisición de vivienda, o facilidades educativas para sus hijos.

Un claro ejemplo de estos beneficios adicionales se puede encontrar en la fundación *Fernando Borrero Caicedo*, es una institución educativa ubicada cerca al municipio de Facatativá (Cundinamarca) el cual cuenta con instalaciones de primer nivel donde un poco más de 450 estudiantes desde los 3 meses hasta los 12 años de edad tienen acceso a cuidados y educación de la más alta calidad, la cual incluye toda la dotación escolar, alimentación completa y transporte puerta a puerta, para los hijos de los trabajadores de “The Elite Flower” Una de las fincas más grandes en Colombia. Es tan alto el nivel de esta fundación que cuenta con un programa de inclusión para niños con discapacidades auditivas, los cuales tienen acceso inclusive sin ser hijos de empleados de la compañía, el hecho de vivir en la zona de influencia los hace candidatos a ser miembros de este modelo de RSE en el sector floricultor.

Concertación con lo público: según ASOCOLFLORES (2010) este eje está enfocado en el establecimiento de mesas de concertación en las cuales se crean Alianzas Público-Privadas (APP) que permitan a las empresas del sector usar sus herramientas corporativas y gestión humana, para ayudar a desarrollar los programas del sector público en los municipios. La Figura 5 explica las fases del modelo (APP).

Una vez vistas las cuatro estrategias y las muchas acciones que las empresas del sector floricultor están llevando a cabo en temas de RSE, se puede decir que si bien hay mucho por mejorar y se está avanzando rápidamente, todavía queda mucho por hacer y dándole el beneficio de la duda, se puede concluir que el sector floricultor si es, o por lo menos está en el camino a ser socialmente Responsable.



Fuente: ASOCOLFLORES, Global Reporting Initiative (GRI). (2010). p. 18.

Figura 5. Fases del modelo APP

Conclusiones

- Lograr identificar los aspectos que tienen en común las distintas definiciones de la RSE permite tener un panorama más amplio de estudio sobre el mismo ya que nos abre nuevos caminos de investigación y análisis que una perspectiva parcializada no nos permitirá recorrer.
- El sector floricultor ha venido creciendo constantemente en los últimos años, incursionando en mercados, creando así oportunidades adicionales para empresas en proceso de expansión y nuevos miembros del sector.
- La obligación moral y ética que tienen las empresas del sector floricultor de ser socialmente responsables está fuertemente ligada a su modelo de negocio el cual obtiene su capital y poder corporativo de una gran cantidad de mano de obra y

recursos naturales con respecto a esto Barrero (2007) afirma: “Por tanto, si el poder está en las empresas, éstas deben iniciar acciones serias para Resolver los problemas de desigualdades sociales y poner en práctica medidas para conseguir la salvación medioambiental del planeta”(p.4).

- Los consumidores a nivel mundial están tomando conciencia de la necesidad de constatar que los productos que están llevando a sus hogares fueron creados por compañías que son socialmente responsables, por este motivo la exigencia de las diversas certificaciones de una u otra manera obliga a las empresas a actuar en consecuencia con estas nuevas exigencias del mercado.
- El esfuerzo y la estrategia que está llevando a cabo Asocolflores para lograr que la industria floricultora sea socialmente responsable está rindiendo frutos ya que la imagen del sector hacia el exterior ha mejorado considerablemente, generando una mayor demanda por el producto nacional. Con lo anterior se demuestra que aplicar la RSE lejos de ser un gasto puede convertirse en una gran ventaja competitiva.

Referencias

- Acevedo, J. A., Zárate, R., & Garzón, W. F. (2013). Estatus Jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Dikaion* 22-2, 303-332.
- ASOCOLFLORES. (2010). *Global Reporting Initiative (GRI) - Reporte GRI del sector floricultor colombiano asociado en Asocolflores*. Bogota.
- Barrero, A. J. (2007). Estudio de la responsabilidad social del sector floricultor en Colombia. Propuesta de intervención. 16. Bogotá, Cundinamarca, Colombia.
- BASC. (s.f.). *BASC.ORG*. Obtenido de <http://www.wbasco.org/>
- Boston college center for corporate citizenship. (s.f.). *Boston college Center for corporate citizenship*. Obtenido de <http://ccc.bc.edu/corporate-social-responsibility.html>
- Colombia.co. (s.f.). *Colombia.co*. Obtenido de <http://www.colombia.co/exportaciones/en-floricultura-la-respuesta-es-colombia-2.html>
- Corficolombiana. (Abril de 2015). *www.corficolombiana.com*. Obtenido de <http://www.corficolombiana.com/webcorficolombiana/paginas/documento.aspx?idd=1517&idr=1340&idn=245921>
- FLORVERDE. (s.f.). *FLOR VERDE*. Obtenido de <http://www.florverde.org/>
- Hernández, Á. E. (2010). Responsabilidad social empresarial - Necesidad y creatividad. 24.
- Hernández, Á. M. (Octubre de 2012). responsabilidad social empresarial: su inclusión e impacto en los informes de sostenibilidad del sector floricultor de bogotá y cundinamarca. bogotá d.c., colombia.
- Katavić, D. I., & Kovacevic, A. (2011). Integrating corporate social responsibility (csr) into business strategies and practice.
- Organizacion Internacional del Trabajo. (2010). *Organizacion internacional del trabajo*. Obtenido de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf
- PROCOLOMBIA. (2015). *Sector Flores Frescas - Planeacion 2015*.
- Valero, E. A., & Reyes, K. C. (2006). El lado oscuro en las prácticas de responsabilidad social corporativa del sector floricultor. 18.
- World Business Council for Sustainable development. (s.f.). *World Business Council for Sustainable Development* . Obtenido de <http://www.wbcd.org/about/organization.aspx>