

CONVERSACIONES POR LA **Sostenibilidad**

Episodio 1

Sembrando Vínculos:
**Flores y Sostenibilidad en
la Comunidad.**



Pacto Global
Red Colombia



URBASER COLOMBIA

Ana Alejandra Jimenez
Directora Corporativa de Sostenibilidad

PACTO GLOBAL RED COLOMBIA

Ángela Gómez
Coordinadora Mesa de Innovación Social

SUNSHINE BOUQUET

Fredy Laiton Sánchez
Gerente Desarrollo Organizacional

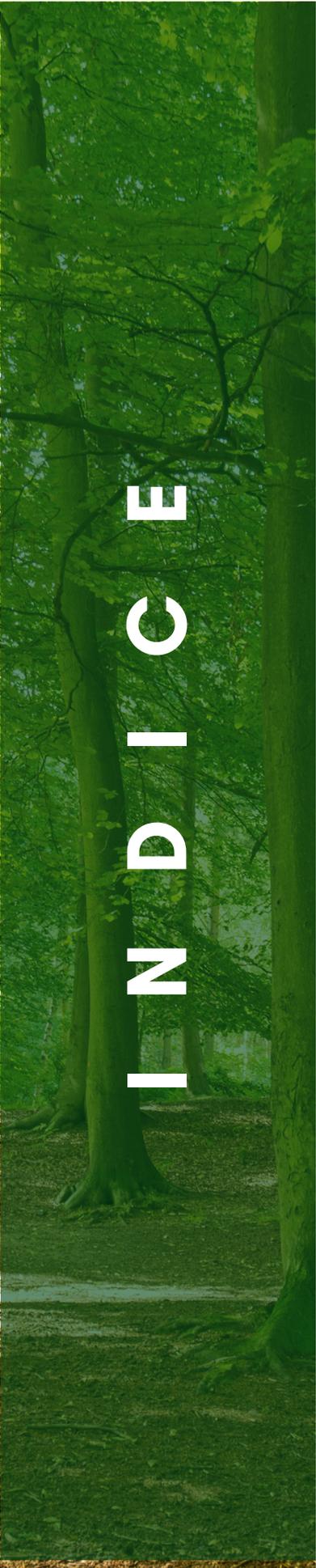
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

OTTO Comunicaciones

En un mundo donde la sostenibilidad es clave para garantizar un futuro equitativo y en armonía con el medio ambiente, las empresas y comunidades deben unirse para generar cambios positivos y duraderos. **"Conversaciones por la Sostenibilidad"** es un espacio creado para dialogar sobre las iniciativas, estrategias y aprendizajes que impulsan un desarrollo sostenible desde diferentes sectores.

En esta nueva temporada, conducida por Ana Alejandra y Ángela, exploran cómo la colaboración comunitaria y empresarial contribuye a construir un futuro más justo. Con el respaldo de Urbaser, una empresa líder en soluciones medioambientales con presencia en más de 15 países y cuatro años de trayectoria en Colombia, se enfocaran en las historias y experiencias que promueven la sostenibilidad a nivel local y global.





INDICE

Introducción a la publicación	4
--------------------------------------	---

Sunshine Bouquet Company: Crecimiento Sostenible y Liderazgo en la Industria Floral Global	5
---	---

La importancia de la confianza comunitaria	6
--	---

Retos y Aprendizajes en el Camino hacia la Sostenibilidad: Lecciones para las Empresas	8
---	---

La Comunicación como Herramienta de Sostenibilidad	10
--	----

Conclusiones	11
---------------------	----

INTRODUCCIÓN

El podcast "Conversaciones por la Sostenibilidad" es una iniciativa conjunta entre Pacto Global Colombia y Urbaser Colombia, cuyo objetivo es explorar las historias y estrategias que están impulsando a las empresas y comunidades hacia un futuro más sostenible. Este espacio se dedica a compartir experiencias transformadoras, con un enfoque en la sostenibilidad ambiental, social y económica.

En el primer episodio, se contó con la participación de Fredy Laiton, Gerente de Desarrollo Organizacional de Sunshine Bouquet Colombia, quien compartió el inspirador proyecto de la empresa. A través de este proyecto, se ha logrado conectar comunidades mediante el cultivo de flores, promoviendo prácticas sostenibles que no solo benefician al medio ambiente, sino que también impactan positivamente en la sociedad. Fredy explicó cómo este proyecto ha logrado florecer la sostenibilidad desde lo local, generando un cambio que tiene el potencial de extenderse a nivel global.

El podcast también contó con la participación de Ángela María Gómez, Directora de la Mesa de Innovación Social de Pacto Global Colombia, y Ana Alejandra Jiménez, Directora Corporativa de Sostenibilidad de Urbaser Colombia, quienes aportaron su visión sobre la importancia de la innovación social y la colaboración empresarial en la construcción de un futuro más sostenible.

A través de este informe, se dará cuenta de los puntos clave discutidos en el primer episodio, resaltando el impacto y las lecciones aprendidas como una muestra del potencial que tiene la sostenibilidad cuando se integra en los procesos empresariales y comunitarios.



Sunshine Bouquet Company: Crecimiento Sostenible y Liderazgo en la Industria Floral Global

Sunshine Bouquet Company, una de las principales compañías florales del mundo, comenzó su historia en 1971 como una pequeña floristería familiar en el sótano de una casa en el centro de Nueva Jersey. Desde sus humildes comienzos, Sunshine ha experimentado un crecimiento significativo, expandiéndose rápidamente a lo largo de los años para convertirse en un líder innovador en la industria floral, especialmente en el sector de supermercados. En 1985, Sunshine abrió su primera oficina fuera del hogar, en Dayton, Nueva Jersey, y en 1993, abrió una sucursal en Miami.

La expansión internacional de Sunshine se consolidó con la apertura de su primera instalación en Bogotá, Colombia, en 1995. Este hito fue clave, ya que permitió un transporte más eficiente de flores a los Estados Unidos y fortaleció la conexión entre los cultivos en Colombia y el mercado estadounidense. En 2002, Sunshine adquirió sus primeras plantaciones en Bogotá, asumiendo un control integral sobre el proceso de producción, desde el cultivo y procesamiento hasta el empaque y enfriamiento. Esto les permitió garantizar la calidad y frescura de sus productos, una premisa fundamental en la industria floral.



A lo largo de los años, Sunshine ha demostrado su compromiso con la sostenibilidad, logrando en 2010 la Certificación Rainforest Alliance por sus excepcionales prácticas agrícolas y estrictos estándares medioambientales y sociales. Esta certificación es un reflejo del enfoque responsable de la empresa hacia el cuidado del medio ambiente y el bienestar de las comunidades en las que opera.

Hoy, Sunshine Bouquet Company sigue creciendo, consolidándose como un actor clave en la industria floral global, mientras continúa innovando y adaptándose a las nuevas demandas de sostenibilidad y responsabilidad social, contribuyendo así al futuro de la floricultura en supermercados y otros canales de distribución.

La importancia de la **confianza comunitaria**

Fredy Laitón, gerente de desarrollo organizacional en Sunshine Bouquet Colombia, comparte cómo esta empresa de flores para exportación está transformando la percepción de la floricultura a través de relaciones sólidas con las comunidades, prácticas sostenibles y un enfoque en la continuidad del negocio.

Establecer relaciones de confianza con las comunidades locales es fundamental para garantizar la sostenibilidad y la continuidad operativa de las empresas. Las organizaciones deben comprender que este vínculo no se logra solo a través de acciones puntuales, sino mediante una comunicación constante, abierta y genuina que permita compartir de manera transparente las prácticas empresariales y los impactos de sus operaciones.

Un aspecto clave para las empresas es reconocer las percepciones y desafíos que enfrentan las comunidades en las que operan. Es importante entender que las empresas pueden ser percibidas de manera diferente por la comunidad en función de su presencia y sus actividades, por lo que es esencial visibilizar las acciones responsables que se llevan a cabo. Esto implica no solo comunicar de manera efectiva los esfuerzos sostenibles, sino también crear un espacio de diálogo y colaboración con los actores locales.

Además, las empresas deben ser conscientes de que una comunidad bien informada y aliada es un activo invaluable. Evitar conflictos que puedan surgir de malentendidos o falta de información es clave para una operación fluida. Al fortalecer la confianza mutua, las empresas no solo protegen su reputación, sino que aseguran la estabilidad a largo plazo de sus proyectos, construyendo una base sólida para el crecimiento sostenible.

Además, las empresas deben ser conscientes de que una comunidad bien informada y aliada es un activo invaluable. Evitar conflictos que puedan surgir de malentendidos o falta de información es clave para una operación fluida. Al fortalecer la confianza mutua, las empresas no solo protegen su reputación, sino que aseguran la estabilidad a largo plazo de sus proyectos, construyendo una base sólida para el crecimiento sostenible.





Retos y Aprendizajes en el Camino hacia la Sostenibilidad: Lecciones para las Empresas

Las empresas que operan en comunidades con percepciones preconcebidas sobre sus prácticas enfrentan retos significativos, especialmente cuando estas percepciones están basadas en mitos o información errónea. En este contexto, el diálogo abierto, la transparencia y la inclusión de actores clave son fundamentales para superar estos obstáculos y construir relaciones de confianza duraderas. La experiencia de Fredy Laiton, Gerente de Desarrollo Organizacional de Sunshine Bouquet, ilustra cómo las empresas pueden abordar estos desafíos y al mismo tiempo fortalecer su compromiso con la comunidad y garantizar la continuidad del negocio.

Uno de los mayores aprendizajes que Fredy comparte es la importancia de llevar el bienestar interno de la empresa hacia el exterior, fomentando el desarrollo local mediante iniciativas educativas y la creación de oportunidades laborales dignas. A través de proyectos enfocados en la formación, especialmente en temas ambientales, Sunshine Bouquet ha logrado acercar a la comunidad al sector floricultor, desafiando estereotipos negativos como la informalidad laboral, la explotación infantil o la falta de formalización en el sector. Esta intervención ha sido clave para cambiar la imagen de la floricultura y generar un mayor interés en las nuevas generaciones por incorporarse a este sector.



“
*Realmente todas las empresas
privadas deberíamos trabajar en
temas de sostenibilidad y creo
que nuestro medio y en Colombia
es el efecto más positivo de la
empresa privada*”

Fredy Laiton Sánchez
Gerente Desarrollo Organizacional
Sunshine Bouquet

El segundo aprendizaje clave es que la continuidad del negocio depende en gran medida del compromiso y la confianza de la comunidad. Sunshine Bouquet ha adoptado una estrategia proactiva para cambiar la percepción negativa que algunas personas tienen sobre la floricultura, especialmente en regiones donde este sector es relativamente nuevo. Este esfuerzo ha implicado demostrar con hechos las inversiones en sostenibilidad, como el tratamiento de aguas lluvias, la instalación de reservorios y el uso de riego por goteo, tecnologías que no solo benefician al negocio, sino que también reducen el impacto ambiental. Sin embargo, como Fredy señala, la tarea no es fácil: a menudo las primeras impresiones son difíciles de cambiar, especialmente cuando se enfrentan a grupos escépticos que tienen ideas preestablecidas.

El mayor desafío para muchas empresas radica en superar las preocupaciones infundadas de la comunidad, como el temor de que las operaciones de la empresa puedan agotar recursos naturales vitales, como el agua. En estos casos, la única forma de cambiar la opinión pública es mostrar, de manera tangible, las inversiones realizadas en infraestructura y sostenibilidad. Fredy destaca cómo, a pesar de los obstáculos iniciales, el diálogo y la demostración de buenas prácticas pueden transformar la relación con la comunidad, abriendo puertas a la colaboración y el entendimiento mutuo.



La Comunicación como Herramienta de Sostenibilidad

La **comunicación efectiva** es un componente esencial para las empresas que buscan integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio. En muchos casos, la falta de una comunicación clara y estratégica puede generar percepciones erróneas sobre las operaciones de una empresa, especialmente cuando se trata de la relación con las comunidades locales. Una narrativa bien estructurada y proactiva no solo fortalece la confianza de la comunidad, sino que también permite a las empresas gestionar de manera eficaz los desafíos asociados con la sostenibilidad.

Sunshine Bouquet, por ejemplo, ha estado midiendo su huella de carbono desde 2021, mucho antes de que fuera una exigencia de sus clientes. Esto no solo les ha permitido tomar decisiones informadas para mitigar el cambio climático, sino que también ha fortalecido su reputación como una empresa comprometida con la sostenibilidad. Este compromiso genuino con la sostenibilidad es esencial no solo para atraer y retener clientes, sino también para garantizar la continuidad del negocio y la satisfacción de los empleados. Como señala Fredy, el equipo de Sunshine no solo trabaja para la empresa, sino que también comparte una pasión por el planeta, lo que contribuye a un ambiente de trabajo positivo y motivador.



Además, un enfoque proactivo en la educación y formación de las comunidades es esencial. Las empresas deben involucrar a los actores locales en sus proyectos, no solo como beneficiarios, sino como colaboradores activos. Esto implica educar a la comunidad sobre las buenas prácticas empresariales, particularmente en sectores donde existen percepciones erróneas, como la floricultura, donde a menudo se asocian prácticas informales con la falta de responsabilidad social y ambiental. La implementación de programas educativos y el apoyo a la comunidad en iniciativas ambientales, como la reforestación o el tratamiento de aguas, son ejemplos de cómo las empresas pueden transformar estas percepciones y crear un vínculo de confianza.

Por otro lado, las alianzas estratégicas juegan un papel crucial en la sostenibilidad empresarial. La colaboración entre el sector privado y las organizaciones del sector público, así como con otras empresas, permite abordar de manera más efectiva los desafíos globales y locales. Estas alianzas no solo multiplican los recursos disponibles, sino que también permiten la creación de soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades específicas de cada contexto.

Conclusiones

El podcast "Conversaciones por la Sostenibilidad" demuestra que la sostenibilidad no es un objetivo aislado, sino un proceso continuo que requiere un compromiso profundo, colaboración activa y un aprendizaje constante. Empresas como Sunshine Bouquet sirven como ejemplos clave de cómo las organizaciones pueden ir más allá de sus operaciones cotidianas para generar un impacto positivo tanto en las comunidades como en el medio ambiente.

La sostenibilidad debe ser vista como una estrategia central en los negocios, no como un accesorio. Es fundamental para garantizar la continuidad operativa, el éxito a largo plazo y, lo más importante, el bienestar colectivo. A través de estos espacios de diálogo, se busca inspirar a más individuos y empresas a unirse a este esfuerzo global, entendiendo que cada acción cuenta en la construcción de un futuro más sostenible.

Se hace un llamado a la empresa privada, especialmente en Colombia, para que se involucre más en los temas de sostenibilidad, formando equipos responsables de la sostenibilidad ambiental y social. No basta con centrarse únicamente en los resultados económicos; es esencial considerar también el impacto en la comunidad y el medio ambiente para lograr una verdadera sostenibilidad empresarial.



Pacto Global
Red Colombia



CONVERSACIONES POR LA
Sostenibilidad

