

Rogelio León Guzmán



CON AROMA A FLOR

La «**ecuación del éxito**»
en los negocios del futuro



esan
ediciones

Rogelio Leon

Con aroma a flor

Аннотация

Con frecuencia, negocios considerados prometedores no logran despegar. Suelen operar un tiempo, pero cierran o mueren sin haber llegado al punto en que empiezan a crecer y ser rentables. ¿Cuál es la razón?

En Con aroma a flor, Rogelio León desarrolla el concepto de «la ecuación del éxito» –que, como él dice, tiene poco de ciencia y mucho de sentido común– a partir del análisis de una de las industrias más impresionantes del sector agrícola en tres países referentes en su producción a nivel mundial.

Según el autor, los negocios exitosos comparten ciertas características que los hacen viables y, además, les imprimen elevados niveles de competitividad; identificarlos es el trabajo que todo emprendedor debe realizar. Si los factores mínimos de la ecuación no pueden encontrarse, entonces es mejor no avanzar más. La puerta del fracaso puede estar más cerca que la del éxito, y no hay nada más peligroso que apasionarse por una idea creyendo que el optimismo puede reemplazar lo que el «ecosistema» no es capaz de ofrecer.

Para Rogelio León, la «ecuación del éxito» en la industria de las flores de corte está compuesta por los siguientes factores: clima favorable, bajos costos de producción, infraestructura de soporte, activa participación del gobierno en la creación de clusters y la cercanía a mercados de alta demanda. Al terminar de leer el libro, el lector podrá realizar este mismo análisis para la actividad en la que opere o desee incursionar. Se sorprenderá de la información que podrá construir.

Содержание

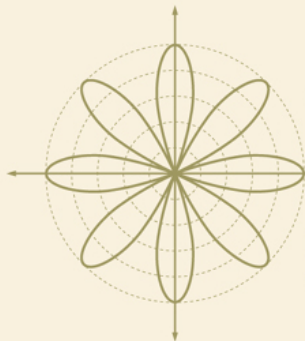
ÍNDICE	13
INTRODUCCIÓN	14
Конец ознакомительного фрагмента.	23



CON AROMA A
FLOR

La «ecuación del éxito»
en los negocios del futuro

Rogelio León Guzmán



CON AROMA A
FLOR

La «ecuación del éxito»
en los negocios del futuro

© Rogelio León Guzmán, 2016

© Universidad ESAN, 2017

Av. Alonso de Molina 1652, Surco, Lima-Perú

www.esan.edu.pe

esanediciones@esan.edu.pe

Primera edición

Lima, junio del 2017

ISBN: 978-612-4110-70-2

Digitalizado y Distribuido por Saxo.com Perú S.A.C.



saxo

<http://yopublico.saxo.com>

Telf: 51 1 221 9998

Dirección: Calle Dos de Mayo 534 Of. 304,

Miraflores - Lima – Perú

CUIDADO DE EDICIÓN

Ada Ampuero

Carmen Santisteban

CORRECCIÓN DE ESTILO

Óscar Carrasco

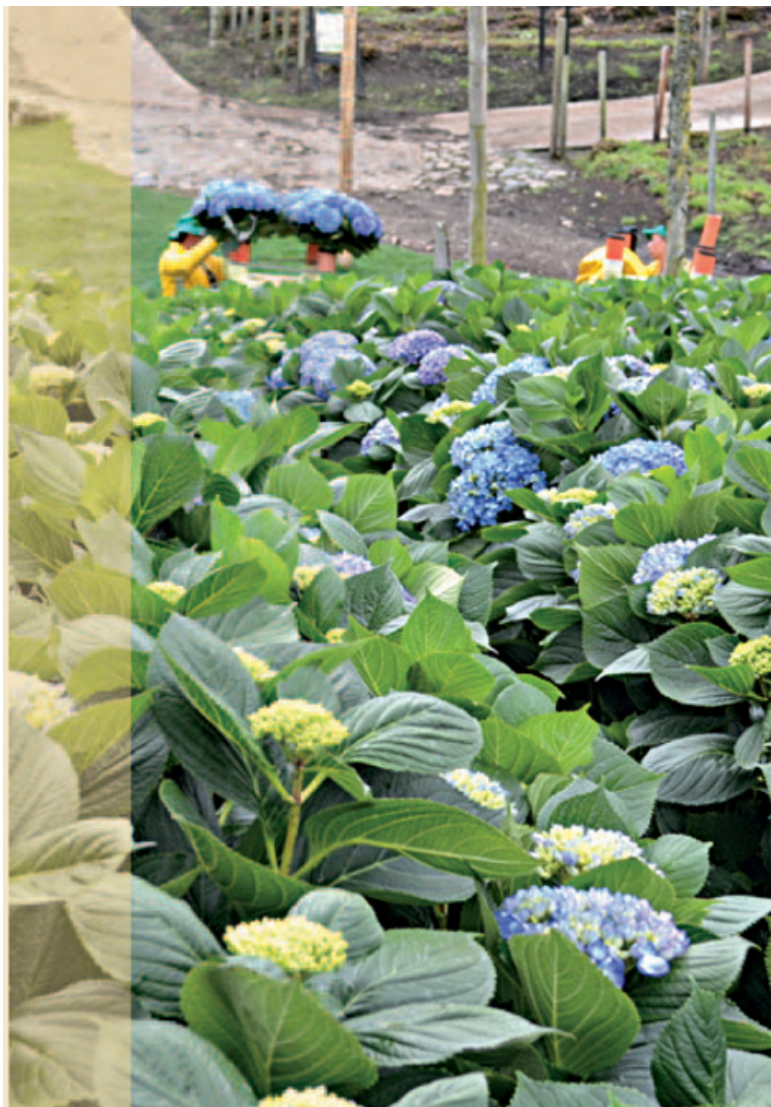
Ada Ampuero

DISEÑO DE CARÁTULA

Erik Chiri

DISEÑO DE INTERIORES Y DIAGRAMACIÓN

Ana María Tessey



ÍNDICE

Introducción

Una necesaria aclaración: ¿floricultura?, ¿flores de corte?

1. Sudamérica: el emprendimiento colombiano

2. África: las flores, el motor del desarrollo de Kenia

3. Asia: el despertar del gigante chino

4. La ecuación del éxito: coincidencias y diferencias en la industria en estos tres países

Epílogo

Bibliografía

INTRODUCCIÓN



Foto: ProColombia

En las próximas líneas quiero compartir con ustedes, un viaje temporal y geográfico por Colombia, Kenia y China, tres países en tres continentes distintos que, a su manera, vienen desarrollando una interesante industria de flores de corte. Casos de éxito que nos demuestran que las distancias culturales y geográficas no son traba ni excusa para el desarrollo de

un negocio común. A lo largo del libro verán cómo se han presentado, en diferentes momentos, más coincidencias que diferencias en el desarrollo de una industria que en poco tiempo pasó de ser una actividad prometedora a un pilar estratégico para la generación del dinamismo económico y el desarrollo social tan añorado en sus ámbitos de influencia.

En el análisis de estos casos, encontramos que las industrias actuales y los negocios del futuro tienen una regla implícita, un patrón de coincidencias. Rubros específicos con un carácter global obtienen resultados similares en diferentes partes del mundo porque comparten variables comunes que se articulan conformando la «ecuación del éxito» que les permite alcanzar elevados niveles de competitividad. En la industria de las flores de corte, estas variables comunes parecen ser las óptimas condiciones agroclimáticas, la disponibilidad de recursos, la cercanía a mercados de alta demanda, un sector empresarial pujante y la activa participación de un gobierno visionario, convertido en socio estratégico para la creación de clústeres diversificados y con mucho dinamismo.

Aunque existe una «ecuación del éxito» general para la industria, cada país se ha encargado de agregar sus particularidades a este patrón común y ha desarrollado su propia ecuación. Sin embargo, el camino no ha sido fácil. Colombia, Kenia y China han tenido que lidiar con retos que nos demuestran que nunca existen situaciones perfectas. Todo nuevo negocio enfrentará escenarios de estrés y factores negativos que restan

en la ecuación. No obstante, las industrias del futuro no pueden vivir de las quejas, deben entender el verdadero rol que cumplen en su macroecosistema y la trascendencia que deben alcanzar en él. Por tanto, sus esfuerzos no deberían concentrarse solo en la reducción de las externalidades del momento, sino, más bien, en dar los pasos sólidos que se necesitan para continuar en la vanguardia del sector.

En la era del conocimiento, con una población de *millennials* en aumento, las tendencias empiezan a cambiar a un ritmo acelerado, y la competitividad lograda en muchos años de trabajo puede perderse en un abrir y cerrar de ojos. En este sentido, otra palabra poderosa aparece en escena: la sostenibilidad, entendida como la visión y los hechos concretos que permiten transformar un emprendimiento en un acontecimiento duradero en el tiempo. La competitividad sin un claro enfoque orientado a lograr una sostenibilidad integral (económica, social y ambiental)... simplemente ¡no funciona! Ambos son requisitos complementarios e imprescindibles para construir los negocios del futuro. Esta visión es a veces difícil de lograr con productos que llegan a cegar a las empresas por su éxito de corto plazo y una demanda que solo obedece a una «moda» y no a la creación de una necesidad duradera.

La ecuación del éxito puede entenderse, entonces, como el resultado de combinar las ventajas naturales con aquellas desarrolladas por el hombre para la generación de una industria competitiva, perfectible y, sobre todo, sostenible en el tiempo.

Estén donde estén y sin importar el rubro al que se dediquen, siempre habrá espacio para innovar, avanzar y soñar en grande. Kenia y China son jugadores relativamente nuevos que prosperaron con rapidez porque no tuvieron que asumir la misma cuota de aprendizaje que Colombia. Con esto quiero decirles que para ser exitosos, «innovar» no necesariamente significa «inventar la pólvora». Aprender de los mejores y ajustar el conocimiento a la realidad local es también una estrategia válida para despegar. Sin embargo, solo será sostenible a medida que el impulso inicial se fortalezca con inversión en valor agregado y la incorporación constante de suficientes diferenciadores para crear espacios propios de crecimiento. Los negocios del futuro deben manejarse con alta responsabilidad, pero también con una dosis de sana ambición por mejorar la versión anterior en ciclos continuos de reinención.

Los tres primeros capítulos de este libro muestran el panorama general del negocio de las flores de corte en cada país, y cerramos el viaje con un capítulo final que analiza la ecuación del éxito en esta industria a partir de las coincidencias y diferencias encontradas entre ellos. Aunque el libro trata sobre las flores de corte, también podría haberse empleado otra actividad o industria para encontrar las variables comunes que forjan la ecuación del éxito. En realidad, ese es el análisis que me gustaría que desarrollen al terminar de leer este libro.

Investigar sobre la magnitud de este negocio ha sido toda una odisea. Un reto que asumí con el objetivo de brindarles

algo distinto, de romper los patrones de un libro académico tradicional, evitando el uso de demasiados tecnicismos y puntos de vista parciales. En vez de ello, les ofrezco tres casos de estudio reales narrados a modo de historias, para que a través de una lectura amena puedan hacer su propia interpretación de la ecuación del éxito que mueve a los negocios del futuro. Las flores de corte y su desarrollo en estos países ha sido una buena excusa y ha servido, además, para mostrarles lo apasionante que puede ser el sector agrícola. No obstante, muchas veces no aparece en el mapa de los buenos negocios en el mundo por falta de información. Bueno... para que decirte tantas cosas más e intentar convencerlos, si pueden empezar la aventura pasando a las siguientes páginas.

UNA NECESARIA ACLARACIÓN

¿FLORICULTURA? ¿FLORES DE CORTE?

La floricultura es un pujante sector de la agricultura cuya participación en el comercio internacional ha mostrado en los últimos quince años, una notable expansión. Al cierre del año 2015, sus intercambios comerciales en el mundo se valorizan entre 17,500 y 19,000 millones de dólares. Estas cifras, sin embargo, no consideran la producción y el comercio local de estos productos, que, al no cruzar fronteras, no participan en el comercio internacional. Diversos especialistas señalan que, de incluirlos, la floricultura generaría transacciones de hasta diez veces los valores señalados.

La floricultura es un negocio *sui generis* en la agricultura,

porque sus productos no se destinan a la alimentación, sino más bien al mercado del bienestar y la expresión de sentimientos. Un nicho comercial pudiente, pero también muy exigente y sofisticado.

Las flores de corte constituyen tan solo un rubro dentro de la floricultura, pero es el que más destaca en el comercio internacional, pues representa entre el 46% y el 48% de todas las exportaciones globales del sector. Las plantas vivas en macetas, los follajes de corte y los bulbos cierran el *pool* de productos de la floricultura.

Las flores de corte comprenden una variedad de especies, de las cuales la rosa es la flor bandera y el caballo de batalla del comercio mundial del sector. Otras especies relevantes son el clavel, el crisantemo, la azucena, así como el complejo grupo conocido como *flores de verano*.

Es posible que las flores de corte sean los productos agrícolas más perecibles. Una vez cortadas pueden marchitarse en apenas cuestión de horas; así pues, para poder llegar a su destino final manteniendo su calidad y duración, entran en una carrera contra el reloj. Este condicionante ha permitido desarrollar en torno a ellas, una de las cadenas logísticas más eficientes. Por otro lado, la producción misma es un reflejo de la otra cara de la agricultura: una agroindustria moderna con niveles de automatización tales que no tienen nada que envidiar a cualquier otra considerada *high tech*.

Debido a la relación del producto con el nivel económico

de sus clientes, esta industria nació comercialmente en países desarrollados del hemisferio norte; sin embargo, Colombia, Kenia y China han alcanzado en la actualidad un notable protagonismo y se han convertido en grandes productores a nivel mundial. ¿Qué tienen en común estos países? ¿Es solo cuestión de suerte la posición de liderazgo que en la actualidad ocupan en el sector? ¿O existe algo más?



Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.