

# APJ

## en Japón



APJ

ASOCIACIÓN  
PERUANO  
JAPONESA

AÑO 2, N° 4.  
MARZO-ABRIL  
2016

**Angélica Matsuda**  
y la competitividad

**Carlos Aquino:**  
perspectivas de crecimiento

Clínica Centenario  
Peruano Japonesa

# 10 años de vocación y compromiso



## Historia, presente y nuevos retos

Estimados amigos:

Para la Asociación Peruano Japonesa (APJ) es muy grato tener la inmensa oportunidad de poder mantenernos en contacto con nuestros compatriotas en Japón gracias a estas páginas, que son fruto del convenio suscrito el año pasado con Kyodai.

Gracias a este suplemento podemos contarles acerca de las actividades de nuestra institución, pero también sobre una historia que compartimos con muchos, sobre temas de actualidad de nuestro país y de aquellas tradiciones que siguen siendo parte de nuestra comunidad luego de ya casi 117 años del inicio de la inmigración japonesa al Perú.

En enero celebramos el Shinnenkai, una reunión para compartir y agradecer por todos los retos cumplidos y para trazarnos nuevas metas. La APJ cumplirá 100 años en 2017 y desde ya es nuestro deseo que este primer centenario sea ocasión para reafirmar nuestro homenaje a los inmigrantes pioneros y nuestro compromiso con el desarrollo del país.

Es este el sentido que han tenido proyectos como la Clínica Centenario Peruano Japonesa, que acaba de cumplir 10 años al servicio de la comunidad, como el Policlínico Peruano Japonés, que este año celebra 35 años, o también como nuestro Centro Cultural, el Museo de la Inmigración o el Teatro Peruano Japonés, todas obras que tienen tanto de gratitud como de compromiso, con el bienestar, con nuestra memoria, con la cultura.

Que este año en que se inicia un nuevo quinquenio sea momento para dar una mirada a nuestra historia, aprender, inspirarse; para reflexionar sobre nuestro actual quehacer y, sobre todo, para estar atentos a lo que podemos construir como personas, en nuestras familias, en las instituciones o empresas de las que somos parte, y en nuestras propias comunidades.

### Pedro Makabe Ito

Presidente de la Asociación Peruano Japonesa



[3]

### Institucional.

La comunidad nikkei celebró el Shinnenkai

[4]

### Comunidad.

10 años de la Clínica  
Centenario Peruano Japonesa

[6]

### Competitividad.

El reto de Angélica Matsuda, directora  
del Consejo Nacional de Competitividad

[8]

### Emprendedores.

Tokio Ramen. Exdekasegi abre camino a  
la sopa japonesa

[10]

### Orgullo peruano.

Perú: más de un lugar mágico y revelador

[12]

### Actualidad.

Entrevista al economista Carlos Aquino

[14]

### Cultura.

BEGIN conquistó Lima

[15]

### Historia.

Hace 117 años...

# APJ en Japón

#### Director

Pedro Makabe Ito

#### Comité Editorial

Suzie Sato Uesu  
Roberto Higa Maekawa  
Harumi Nako Fuentes

#### Diseño

Luis Hidalgo Sánchez



La Clínica Centenario Peruano  
Japonesa cumplió 10 años.

APJ EN JAPÓN. AÑO 2, N° 4  
ASOCIACIÓN PERUANO JAPONESA

#### Centro Cultural Peruano Japonés

Av. Gregorio Escobedo 803, Residencial San Felipe,  
Jesús María, Lima 11 - Perú. Teléfonos (511) 518-7450, 518-7500.  
E-mail: comunicaciones@apj.org.pe. Web: www.apj.org.pe

## SHINNENKAI

# La tradición de compartir la alegría de un nuevo año

Fotos: Jaime Takuma

**A**l inicio de cada año, las diversas instituciones de la comunidad nikkei peruana celebran el Shinnenkai, ocasión para compartir entre amigos la esperanza y alegría de un nuevo periodo. Junto al Oshogatsu, que se festeja en familia, es una de las celebraciones más significativas del calendario nikkei.

La celebración del año nuevo 2016, Año del Mono (sarudoshi) se inició con las palabras del presidente de la APJ, Pedro Makabe, quien agradeció a todos los que colaboraron para que en el 2015 se hayan podido cumplir los objetivos trazados. Por su parte, el embajador de Japón, Tatsuya Kabutan, destacó las buenas relaciones y la cooperación entre ambos países. El brindis estuvo a cargo de Gerardo Maruy, presidente de la comisión de celebraciones del centenario de la APJ.

El tradicional mochitsuki y el agasajo a las personas nacidas en el Año del Mono fueron parte del programa, en el que los invitados compartieron también un bufé con platos japoneses, entre ellos el ozoni, sopa típica de esta celebración.

Un mono hecho de origami y los emblemáticos kagami-mochi y kadomatsu adornaron el ambiente de esta festividad, en la que se escucharon repetidos “akemashite ometedō”, como una forma de compartir el deseo de iniciar el año con un espíritu renovado.



Los invitados especiales realizaron la apertura de los tarus de sake.



El Shinnenkai de la APJ se celebró en la explanada del Teatro Peruano Japonés.



**Shinnenkai de Jóvenes.** El Departamento de Juventudes de la APJ organizó también un Shinnenkai, con dinámicas y juegos para que los jóvenes conozcan sobre esta tradición.

## 10 AÑOS DE LA CLÍNICA CENTENARIO PERUANO JAPONESA

# Al servicio de la comunidad

Fotos: Archivo APJ

**C**uando el 22 de diciembre de 2005 abrió sus puertas la Clínica Centenario Peruano Japonesa, una nueva etapa, decisiva, se iniciaba para este anhelado proyecto. Al fin, esta obra emblemática del centenario de la inmigración japonesa al Perú estaba lista para brindar atención médica de calidad.

Han pasado ya diez años desde aquel día en que, en la cuadra seis de la avenida Paso de los Andes, en Pueblo Libre, se inauguraba la Clínica, en ese entonces con 9 pisos –hoy cuenta con 14–, y aún se mantienen inalterables la esencia y el compromiso de un servicio orientado a la calidad y a la calidez en la atención de los pacientes.

Sin embargo, los inicios se remontan hasta 1996, cuando la comisión conmemorativa del centenario de la inmigración japonesa al Perú decide construir una obra en homenaje a los pioneros inmigrantes y en agradecimiento a la patria que los acogió. Pensaron entonces en una clínica, por el aporte que tendría al bienestar y la salud de la comunidad.

Tarea nada fácil. Un sueño imposible, decían algunos. Sin embargo, como señala don Gerardo Maruy, quien fue presidente de la comisión de construcción de la clínica, “la unión y la solidaridad fueron tremendas”. Muchas personas, instituciones y empresas del Perú y el extranjero realizaron generosas donaciones y sumaron esfuerzos.

El camino ha sido largo y no exento de dificultades. La obra tardó seis años en construirse pero, finalmente, aquel 22 diciembre de 2015, todo



el gran trabajo liderado por la Comisión Clínica rendía sus frutos.

Desde esa fecha, la Clínica Centenario Peruano Japonesa ha continuado creciendo en diversos aspectos: infraestructura, equipamiento, procesos, asegurándose además de contar con un staff médico altamente calificado que atiende en más de 40 especialidades.

Para la Asociación Peruano Japonesa, de la que forman parte tanto la Clínica como el Policlínico Peruano Japonés, uno de sus objetivos es precisamente que a través de estas unidades de salud se contribuya efectivamente al bienestar de la población.



## Datos

■ La Clínica Centenario Peruano Japonesa cuenta con los servicios de Emergencia, Hospitalización, Consultorios Externos, Centro Quirúrgico, Centro Obstétrico, Unidad de Cuidados Intensivos, Unidad de Cuidados Intermedios, Centro de imágenes, Laboratorio, Rehabilitación y Apoyo al paciente (Banco de sangre, Farmacia, Óptica).

■ Cuenta con médicos calificados en más de 40 especialidades.

## PROYECTOS EN MARCHA

La Clínica inició en 2015 una serie de proyectos importantes que se integran en el Plan de Aseguramiento de la Calidad de la Atención, y que incluyen un sistema informático integrado para la gestión administrativa y asistencial (ERP), así como un data center para asegurar el soporte del sistema informático.

Asimismo, se proyecta el fortalecimiento del Laboratorio y la renovación integral del Centro de Imágenes con la implementación de radiología digital, un tomógrafo de 128 cortes y un equipo moderno de resonancia magnética, todo integrado en un sistema que permitirá que las imágenes estén disponibles en tiempo real en donde se necesite, sea en el

consultorio, en emergencia, sala de operaciones, hospitalización, etc.

En el 2016 se está planificando desarrollar dos nuevos proyectos: la implementación de nuevos servicios en la especialidad de Oftalmología y la implementación del Servicio de Hemodinamia para realizar tratamientos de avanzada en cardiología intervencionista.

**ANGÉLICA MATSUDA, DIRECTORA DEL  
CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD**

# El reto de construir una visión compartida de país

**A**rticular es la palabra clave para definir la labor que realiza el Consejo Nacional de Competitividad (CNC), que dirige la economista Angélica Matsuda desde 2011.

Su reto es poner a remar a todos en la misma dirección: impulsar al Perú a las grandes ligas. Todos en sentido literal, porque el esfuerzo no implica solo a los entes públicos o las grandes empresas, sino también a los ciudadanos de a pie. Algo en apariencia tan sencillo como respetar las reglas de tránsito puede contribuir a que el Perú sea un país más competitivo.

El CNC trabaja para construir un país conectado física y digitalmente, un Estado eficiente y una economía productiva. La competitividad descansa en estos tres pilares.

En el primer caso, se trata, por ejemplo, de mejorar el acceso a puertos y aeropuertos. En el plano digital, apunta a que en 2018 el 100 % de las capitales de provincias del Perú estén conectadas con fibra óptica (hoy lo están

alrededor del 60 %).

Un Estado más eficiente entraña no producir más leyes que entorpezcan o dilaten los procedimientos, y abonar el terreno para un gobierno electrónico que elimine el papel y expanda los servicios en línea. Esto agiliza los procesos (se tramita con más rapidez una partida de nacimiento o gracias al voto electrónico se ahorran recursos y tiempo) y favorece la transparencia.

Con respecto al tercer punto, se crean sinergias entre empresas para que eleven su productividad y se promueve su internacionalización a través, por ejemplo, de las franquicias.

## UNA VISIÓN ÚNICA

El trabajo de Angélica y su equipo implica reunirse, coordinar e intentar llegar a acuerdos con todo el mundo, tanto en el sector privado como el público. Es una tarea inmensa y seguro agobiante, pero ella tiene un enfoque optimista: “Hoy encuentro una actitud bastante positiva a la articulación, al diálogo. Creo que todos hemos entendido que haciendo el trabajo desde cada uno avanzamos muy poco y no

llegamos a nada”.

Tratar con gente de todas las profesiones y ámbitos amplía tu mirada. Te quita las anteojeras. “He aprendido mucho. Te ayuda a ponerte cada vez lentes distintos. A veces uno se acostumbra a unos anteojos, una sola mirada. La ventaja en el CNC es que nos tenemos que poner un lente multifocal y desde esos anteojos ponernos en los zapatos de cada uno de los actores y tratar de construir una visión compartida. Eso es un poco el reto de cómo distintas visiones aportan a una visión que finalmente debiera ser única para el país”, afirma.



Foto: Paola Paredes

## Sake, pisco y fusión

■ Angélica Matsuda hizo una maestría en negocios y comercio en la Universidad de Keio entre 1996 y 1998. Su experiencia en Japón fue valiosa. “Fue lo mejor que me pudo pasar. Yo andaba un poco desconectada de la colonia japonesa, no había tenido tanto contacto, y ese proceso me permitió reconectarme con las raíces, entender de dónde vengo. Yo siempre decía, cuando mucha gente me preguntaba sobre el tema de mi identidad, que era una botella de sake con pisco puro adentro. Pero cuando estuve en Japón, me di cuenta de que en realidad, efectivamente soy una botella de sake (soy Matsuda Matayoshi, tengo los rasgos netamente asiáticos), pero por dentro era una mezcla bien grande entre sake y pisco. Estando allá es que pude entender que muchas de las cosas que yo soy tienen que ver con ese legado y que ha sido producto de una fusión”.

pital humano débil. El CNC articula esfuerzos entre distintos actores (Ministerio de Trabajo, de Educación, empresas e instituciones educativas) para conciliar oferta educativa con demanda del mercado.

“En el tema de capital humano, le damos mucho énfasis al tema técnico productivo, cómo la oferta educativa puede responder mejor al tipo de gente que está necesitando la industria. Hay un desfase grande, una dificultad de las empresas para conseguir la gente que necesitan. Seguimos produciendo muchos contadores, abogados, economistas, y quizá estemos necesitando técnicos específicos en algunas materias”.

El uso de la tecnología y el fomento de habilidades socioemocionales, como el trabajo en equipo o la iniciativa, también forman parte de la labor del CNC. En suma, todo lo que haga más competentes a los jóvenes cuando se sumen al mercado laboral.

El capital humano es fundamental para alcanzar uno de los ambiciosos objetivos que ha establecido el CNC en su agenda 2014-2018: la transición de una economía basada en las materias primas a una basada en el conocimiento. Casi como construir otro país.

## EL VASO MEDIO LLENO

“La competitividad nos involucra a todos”, subraya Angélica. No es solo cosa de los que tienen poder o dinero, sino de cada uno de nosotros. Ahora bien, podríamos extendernos en cómo, por ejemplo, el alto grado de desconfianza que existe en el Perú socava su competitividad, pues acarrea más procesos, tiempo y costos, o en lo informales que somos. Mejor vemos el vaso medio lleno.

“Felizmente hay muchas cosas de las características de los peruanos que podrían ayudar. Hay algunas investigaciones serias que se vienen haciendo sobre cómo somos los peruanos y cómo podemos aprovechar esto, y lo que se ha encontrado es que los peruanos somos chamberos, bien trabajadores, y bien optimistas. En general, el nivel de optimismo que tiene un peruano promedio es bastante alto respecto de los demás países. Estas dos cosas son dos oportunidades inmensas que el Perú no puede desaprovechar. No es un sueño llegar a la economía del conocimiento”.

## UNA SONRISA COMO RECOMPENSA

Trabajar para que el Perú sea más competitivo es una tarea de largo aliento. Sin embargo, hay avances que se pueden palpar y que mejoran la calidad de vida de la gente. Eso, según Angélica, es “la recompensa que tienes cuando ves el fruto de tu trabajo puesto en la sonrisa de un chiquito que ya tiene agua, de niños que ya no tienen que caminar cinco horas para llegar a su escuela, sino que hoy tienen un camino que ya no es trocha”.

“Trabajar en el sector público es fascinante, básicamente por la escala de los resultados de lo que haces. El impacto que puede generar tu trabajo es enorme. Eso es gratificante. El sector público te acerca mucho a la gente y al compromiso-país. Lo que he encontrado en estos cuatro años ha sido un montón de gente muy comprometida trabajando para llevar adelante cambios importantes, gente que podría estar en el sector privado ganando muchísimo más, pero este gustito de ver tu trabajo reflejado en resultados de impacto, y que además impactan en una enorme cantidad de gente, es la satisfacción más grande que uno tiene cuando trabaja en el Estado”.

(Artículo adaptado de la Revista Kaikan N° 101. Texto: Enrique Higa).

El CNC trabaja en tres escenarios. Angélica explica que es como armar un rompecabezas. Primer escenario: te faltan piezas. Su labor consiste en identificar esas piezas, que son las reformas.

Segundo, tienes las piezas completas, pero no se enlazan armoniosamente. Su tarea es limar o pulir, articular para que las voces se integren sin desafinar.

Tercero, no faltan piezas y todas encajan, pero el rompecabezas no se arma con suficiente rapidez. Cuando las reformas tardan demasiado, su trabajo es acelerarlas.

No hay país competitivo con un ca-

## EXDEKASEGI ABRE CAMINO A LA SOPA JAPONESA

# Pionero del ramen en el Perú

[texto: **ENRIQUE HIGA** / fotos: **ÉRIKA KITSUTA**]

**J**uan Carlos Tanaka puso fin a su casi década y media de permanencia en Japón a mediados de 2011. Eran tiempos difíciles para el país, aún conmocionado por el tsunami que devastó la región de Tohoku y atomizado por la radiación en Fukushima.

El Perú apareció entonces como una gran posibilidad para iniciar una nueva vida con su esposa e hija. Cuando descubrió que solo había un pequeño restaurante de ramen en Lima y que, por lo general, era un plato más de la carta de los restaurantes japoneses o nikkei, se abrió ante sus ojos el futuro.

Le advirtieron: en el Perú nadie conoce el ramen, es una locura, no va a pegar. Sin embargo, ya estaba decidido a abrir un restaurante especializado en esta sopa japonesa. La casi ausencia de rivales lo animó a arriesgarse. Sería pionero.

La idea no se le ocurrió de pronto, pues trabajó cuatro años en un restaurante de ramen en Saitama, donde comenzó como mozo y terminó en la cocina. Una valiosa experiencia como esa no podía perderse, así que resultaba casi inevitable que su vida continuara ligada a la sopa de fideos.

Curiosamente, al principio no le gustaba mucho el ramen. Poco a poco, gracias a su trabajo, fue acostumbrándose a él hasta disfrutarlo. El gusto se puede cultivar, su caso lo prueba, y pensó que en el Perú lograría crear un mercado para este plato. Acertó.

### A NO DESESPERARSE, LOS CLIENTES REGRESAN

El exdekasegi inauguró Tokio Ramen en el distrito de Jesús María en octubre de 2011. Fue su estreno como propietario de un negocio. Tenía sentimientos

encontrados. Estaba muy emocionado por su debut como emprendedor, pero también lo asediaba la incertidumbre: ¿Cómo le iría? ¿Tendría acogida?

“Tuve la suerte de que vinieron medios: televisión, revistas y periódicos”, dice. Ser el primero en llevar al Perú el ramen de Japón, con su técnica y sabores, le valió una significativa cobertura mediática que se tradujo en clientela.

No obstante, un nuevo hábito tarda en arraigar y la novedad se esfuma pronto. El comienzo fue un poco lento. Sus clientes eran principalmente nikkei y japoneses. Pese a todo, con sus altibajos, el negocio marchaba. Poco a poco iba ganando aceptación.

Hasta que llegó el mazazo. Frases como “los golpes enseñan” o “las crisis son oportunidades” parecen clichés o gestos insustanciales para la tribuna hasta que la vida te sacude. Cuando un nuevo ramenya abrió en Lima y un famoso chef dijo que su ramen lo preparaban los dioses, el local de Juan Carlos se vació de repente. Ahora la novedad estaba en otra parte y, para remate, con el aval de una figura de un inmenso poder de convocatoria.

“Me movió el piso”, recuerda Tanaka. Sin embargo, el golpe no lo hundió. Por el contrario, lo tomó como un impulso. “Eso fue lo que me hizo más competitivo, más exigente conmigo mismo, me puso las pilas. Cuando te noquean y te levantas, te levantas con más fuerza”.

Del remezón extrajo enseñanzas: “Aprendí a tener calma, a no desesperarme, porque mis clientes volvieron. Cada vez que abre un restaurante, ya no me desespero, tengo paciencia, porque toda persona tiene curiosidad por probar algo nuevo, pero al final vuelve a donde más le gustó. Me quedo tranquilo porque los clientes regresan”.



No te puedes dormir. El exdekasegi viaja a Japón regularmente para capacitarse, asistir a ferias de ramen, descubrir nuevos sabores y ver qué novedades hay en la comida japonesa. Su ambicioso objetivo: alcanzar “el liderazgo de la cultura del ramen en el Perú”.

### YA HAY MERCADO

El ramen aún está en pañales en el Perú —dice Tanaka—, lejos de los makis, que ya forman parte de la dieta habitual de los peruanos y se ofrecen incluso en establecimientos no especializados en comida japonesa o nikkei.

Sin embargo, el mercado ha crecido. En sus inicios, el 70 % de la clientela de Tokio Ramen era nikkei o japone-

## “La hora es la hora”

■ **Orden. Disciplina.** Las cosas sin medias tintas, blanco o negro. Todo eso se trajo Juan Carlos Tanaka de Japón. Y la puntualidad. “La hora es la hora porque si no te deja el tren. No como acá (Lima), en que cada quien tiene su hora”.

■ **“Esfuerzo, disciplina y constancia, nadie logra las cosas de la noche a la mañana”,** dice a modo de recomendación a futuros emprendedores. En boca de otro esto podría sonar a un listado de lugares comunes, pero en su caso, que lo dice por experiencia propia, adquiere significado.

■ **Por último, destaca que el** hecho de vivir un país que está a la vanguardia en materia tecnológica, que de algún modo es como adelantarte al futuro, amplía tu visión de las cosas, modelando tu forma de pensar para abrirte a más posibilidades.

que tiene que adaptarse al mercado, Juan Carlos tuvo que ampliar su menú para incorporar platos de fondo. Comenzó con el kare.

Su meta —dice— es solo vender ramen, sin platos de fondo, como en Japón.

En todo caso, que entre sus clientes haya japoneses de la embajada de Japón en el Perú o de empresas es motivo de satisfacción para él, pues son los mejores jueces para determinar si sus platos cumplen con los rigurosos estándares de sabor japoneses.

La publicidad más efectiva continúa siendo el boca a boca. Siempre tiene nuevos clientes gracias a las recomendaciones de otros. Incluso la mayoría de sus visitantes no son de la zona, sino de otros distritos.

Ya quedaron atrás los tiempos en que el exdekasegi tenía que salir a la calle a volantear para atraer gente. En Tokio Ramen comenzó con solo cuatro personas y hoy son doce. Además, pronto abrirá un nuevo restaurante para vender solo comida fría japonesa. Cinco años de esfuerzo están rindiendo sus frutos.

## Datos

■ Si bien la proliferación de restaurantes japoneses o nikkei en el Perú ha reducido precios, comer en uno de estos sitios aún puede hacerle daño al bolsillo. Tokio Ramen, dice su dueño, tiene precios para todos los públicos, con platos desde 16 soles (547 yenes). El consumo promedio por persona es de entre 20 y 30 soles (684-1.026 yenes).



sa. La tendencia se ha invertido. Hoy solo entre el 20 y el 30 % de sus clientes son nikkei o japoneses. Esto significa que el ramen ha ganado muchos adeptos entre personas sin lazos étnicos con Japón.

Tanaka y su equipo hacen una labor

pedagógica como difusores de la sopa japonesa: asesoran al cliente no iniciado, le explican los sabores y de acuerdo con sus preferencias le recomiendan determinados platos.

Ahora bien, Tokio Ramen no solo vive del ramen. Como todo producto

## OFERTA TURÍSTICA DEL PERÚ ATRAE A VISITANTES DEL JAPÓN Y EL MUNDO

# Más de un lugar mágico y revelador

[texto: JAVIER GARCÍA WONG KIT]

“Ser peruano no es una nacionalidad, es un sentimiento”. La frase la pronunció la ministra de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Magali Silva, pero refleja el sentir de muchos peruanos que pasean orgullosos, en camisetas impresas o en calcomanías en sus autos, los diversos motivos que han hecho que el Perú sea uno de los destinos más atractivos para el turismo.

Estas declaraciones las dio a propósito de la campaña “Más peruano que”, que forma parte de la Marca Perú, la estrategia publicitaria que se ha convertido en una “lovemark” (una marca que despierta orgullo y simpatía) y que ha posicionado al Perú y sus atractivos en la mente de los peruanos y extranjeros; en espacios tan protagónicos como la pantalla de Times Square, en Nueva York, durante las celebraciones de Año Nuevo.

La peruanidad ha ingresado en el corazón del mundo, convirtiéndose en destino para viajeros que buscan sus ruinas arqueológicas, para aventureros que van tras el exotismo del Amazonas o para exquisitos que se deleitan con su variada gastronomía.

### LA MARAVILLA DEL CUSCO

En 2015, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, fueron más de tres millones de turistas los que llegaron del extranjero, de los cuales más de un millón cien mil visitaron Machu Picchu, el complejo arqueológico de los Incas que ha cumplido ocho años siendo elegido entre las Siete Maravillas del Mundo Moderno, junto con el Coliseo

Romano, la Gran Muralla China y el Taj Mahal, entre otras.

Junto con su historia y arquitectura, este santuario es también una reserva natural protegida con todo un universo por descubrir para los propios peruanos y los extranjeros que llegan cargados de sus cámaras para fotografiar la ciudadela, y que a veces acaban sorprendidos por animales tan maravillosos que habitan cerca, como aquel travieso oso de anteojos que una peruana grabó en noviembre de 2015 cuando este bajaba por los andenes.

“No hay espectáculo más impresionante que ver amanecer desde la plaza de Armas de la antigua ciudad”, ha escrito Mario Vargas Llosa sobre el Cusco, mientras que otro escritor, el poeta español Vicente Molina Foix, ha señalado que el Perú ofrece, desde el avión, “los paisajes aéreos más soberbios y de cambiante hermosura”; un presagio de lo que podrá encontrarse en sus ciudades y el campo.

### AMADA NATURALEZA

La naturaleza es uno de los motivos que atrae a buena cantidad de viajeros, ya sea por la vegetación, los animales o los deportes de aventura que se pueden practicar en más de una ciudad (bicicleta de montaña en Cusco, canotaje en Lunahuaná, sandboarding en las dunas de Paracas o parapente en la Costa Verde); los cuales han convertido al Perú en el tercer país de Sudamérica con mayor potencial en el turismo de aventura, según la Adventure Travel Trade Association.

En cuanto a ecología, las reservas naturales protegidas están incentivando el ecoturismo, con lodges instalados

al norte del país, cerca de las playas y manglares de Tumbes, de la Reserva de la Biósfera del Noroeste (con baños termales, cataratas y bosques húmedos) o en la selva, desde Loreto hasta Madre de Dios, donde las cabañas y bungalows ofrecen las comodidades de un hotel (piscina incluida), pero en lugares en permanente contacto con la naturaleza.

El río Amazonas también es una interesante opción a través de los cruceros que ofrecen suites de primera, la posibilidad de contemplar el paisaje desde sus terrazas y observar a los monos fraile, los caimanes, delfines rosados y otras especies en su propio hábitat. Los guías naturalistas completan la experiencia con excursiones en reservas como Pacaya Samiria, Tambopata-Candamo y el Parque Nacional Bahuaja-Sonene. En Paracas, las islas Ballestas deleitan por sus garzas, lobos marinos y los pingüinos de Humboldt.

Cusco, por su parte, se ha convertido en el centro del turismo de lujo, con los majestuosos hoteles de Aguas Calientes adonde llegan a hospedarse las estrellas de Hollywood. Una de las últimas novedades es un hotel colgante, suspendido a 400 metros de altura, en el Valle Sagrado. Arequipa y Piura también gozan de envidiables hoteles y atractivos paisajísticos como el valle del Colca o las paradisíacas playas del norte.

### PALADARES VIAJEROS

Señalar que el Perú ha sido nombrado por cuarta vez como el mejor destino culinario por los World Travel Awards es mostrar solo una de las tantas condecoraciones que ostenta la cocina peruana. Restaurantes premiados, chefs conver-

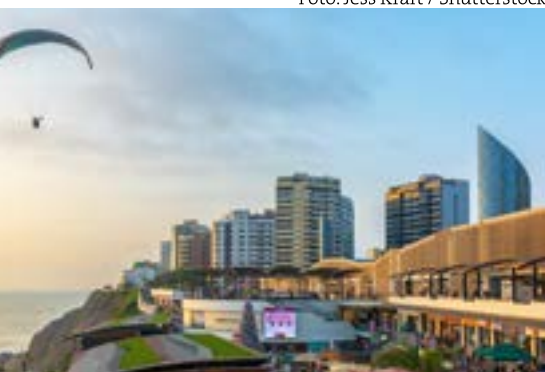


**Campaña Más peruano que... de Promperú.**

Foto: Shutterstock



Foto: Jess Kraft / Shutterstock



tidos en celebridades y platos que se reconocen en todo el mundo (como el cebiche) explican mejor el fenómeno que ha hecho que la gastronomía peruana represente más del 9 % del PBI nacional, beneficiando a más de 5,5 millones de trabajadores.

Los turistas llegan seducidos por la variedad de la cocina peruana (marina, andina, de la selva, de fusión nikkei y china, etc.) y terminan maravillados por la biodiversidad que se puede apreciar en los mercados de Lima y Cusco, donde brillan las quinuas de colores, las frutas exóticas (la chirimoya, la lúcuma, el aguaymanto) y los incontables tipos de papa. Incluso productos como el café, cacao y pisco han encontrado mayores mercados internacionales gracias al turismo gastronómico.

Las agencias de viajes ofrecen tours por los mejores restaurantes de Lima, especialmente los que tienen vista al mar; y la cocina popular y criolla, con platos como los anticuchos, la causa y la papa a la huancaína, destacan en presentaciones creativas que hacen que cada comida sea irreplicable. Del mismo modo, la versatilidad del pisco, la bebida de bandera, en cócteles como el pisco sour y el chilcano, ha ayudado a ampliar la cantidad de días que los turistas extranjeros pasan en Lima para poder conocer más de su oferta culinaria.

### **GRACIAS, VUELVA PRONTO**

Según un informe de Mastercard, Lima

se convirtió en 2015 en la ciudad de Latinoamérica más visitada, por encima de urbes más grandes como el D. F., Sao Paulo o Buenos Aires. La cifra es un indicador de satisfacción para el turista y una valla que el país busca superar. Para ello se ha invertido en agresivas campañas de publicidad en Estados Unidos, Europa y Asia.

De acuerdo con un reporte de la Dirección de Promoción de Turismo de Promperú, en 2015 llegaron 46.852 turistas japoneses entre octubre y diciembre, representando el 1,9 % del total. Su destinos favoritos han sido Cusco, Puno, Arequipa y Nazca. Los museos y las rutas de excursión son parte de los atractivos que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo busca promover entre ellos, mientras que la Cámara Nacional de Turismo (Canatur) ya pone los ojos en otros temas complementarios.

Uno de ellos es el funcionamiento del aeropuerto internacional Jorge Chávez que, pese a las constantes mejoras que ha tenido en cuanto a infraestructura, aún pasa por periodos de saturación. El otro es la capacidad hotelera del país que, según Carlos Canales, presidente de Canatur, para el 2019 contará con 102 nuevos hoteles que permitirán atender a los futuros visitantes, entre los cuales estarán quienes lleguen al Perú para eventos como el Foro de Cooperación Asia Pacífico (APEC 2016), la Cumbre de las Américas 2018 y los Juegos Panamericanos en 2019.



**¿Qué país recibirá el nuevo gobierno?**

La situación es complicada por dos temas: el factor externo y el factor interno. El Perú es una economía dependiente de las exportaciones de materias primas, no tenemos un aparato productivo que pueda producir productos con valor agregado. Nos hemos confiado en las exportaciones de minerales, petróleo, gas, y cuando la economía mundial estaba bien, cuando China estaba bien, estábamos muy felices. China crecía bastante, entonces la demanda por las materias primas era bastante grande y los precios prácticamente se dispararon.

**¿Y el factor interno?**

La razón interna es que lamentablemente este gobierno ha hecho políticas que en varios aspectos no ha sido la mejor. Por ejemplo, mucha inversión minera se ha paralizado porque lamentablemente ha habido problemas sociales: Conga en Cajamarca, Tía María. Hay un gobierno débil, los escándalos lo debilitan. El tema es la confianza que han perdido muchos empresarios, la inversión privada no creció el año pasado. El gobierno tiene dinero, pero es tan incapaz que la inversión pública el año pasado decreció. Ahí es un problema de manejo, es ineficiencia, el gobierno no sabe gastar.

**Si dependemos tanto de las materias primas, ¿entonces no hemos hecho nuestra tarea de generar productos con valor agregado?**

El problema principal es que tenemos una estructura económica que es dependiente del mercado externo. Por supuesto, todos los países negocian, el país que no negocia está condenado a muerte, pero una cosa es exportar materias primas —cuando los productos suben estamos excelentes, pero cuando bajan estamos en el hoyo— y otra exportar productos manufacturados que pueden bajar en una coyuntura internacional, pero no tanto, como si lo hacen las materias primas.

Por ejemplo, uno de los aspectos positivos es la agroindustria. En el 2000, el Perú prácticamente no exportaba nada de agroindustria. El año pasado, aun con los problemas en la economía mundial, aun con la baja de los precios de las materias primas, parece que hemos logrado exportar

## EL ECONOMISTA CARLOS AQUINO PIDE CAMBIAR EL MODELO EDUCATIVO PARA QUE EL PERÚ MEJORE

# El Perú necesita escuelas técnicas como las que hay en Japón

[entrevista: **ENRIQUE HIGA** / Foto: **JOSÉ VIDAL**]

casi 5.000 millones de dólares en productos agroindustriales (espárragos, uvas). Esa es una cosa que deberíamos incentivar. Productos pesqueros, productos de la madera. Pero claro, eso necesita más apoyo del gobierno, más confianza, para que los empresarios puedan invertir. Si el Perú logra desarrollar más de esos productos —que no son exactamente materias primas, involucran cierto proceso de valor agregado—, la economía peruana podría mejorar.

**Si Ud. fuera ministro de Economía, ¿qué medidas implementaría para el próximo quinquenio con miras al bicentenario?**

Primero, dar confianza para que haya inversión privada. Estabilidad social, orden. Si hay inseguridad, no puedes hacer nada. Lo primero es poner orden en las calles y eso implica reformar,

limpiar la policía, hay mucha policía corrupta. Segundo, simplificar todos los trámites. Tantos trámites que hay, eso se presta para la coima. Tercero, hacer el Estado más eficiente. El Estado tiene plata, es la gran ironía, hay plata, pero no se puede gastar. Eso se puede hacer simplificando los trámites y haciendo más eficiente la administración pública.

En el Perú debe haber una meritocracia, solo ingresan a trabajar al Estado los mejores, como sucede en Singapur, Japón, muchos países. Lamentablemente, aquí entran los gobiernos y meten a sus amigos. El Poder Judicial es otra cosa, los juicios te demoran años, gana el que coimea mejor. Si no hay seguridad en las calles, si no hay seguridad en las instituciones, si hay burocracia ineficiente, si para pasar los trámites hay que coimear, no se puede hacer nada.



## Perfil

■ Carlos Aquino estudió en la Universidad Mayor de San Marcos. Hizo estudios de posgrado en la Universidad de Kobe.

■ Especialista en economía asiática y primer traductor oficial de idioma japonés en el Perú.

■ En 2012 recibió el Premio del Canciller de Japón por contribuir al fortalecimiento de los lazos entre el Perú y Japón.

### ¿Qué se debe hacer para potenciar el capital humano, para tener una economía basada en el conocimiento y no tanto en las materias primas?

En el Perú la educación está muy mal. ¿Por qué los países asiáticos se han desarrollado? Porque han formado gente que transforma la materia prima. Para transformar la materia prima no necesitamos muchos economistas, ni sociólogos, ni abogados. Se necesitan ingenieros, biólogos. Ahora, muchas de estas carreras (biología, química,

ingeniería) demandan matemáticas, y lamentablemente en matemáticas estamos en cero. Mucha gente les tiene pavor. Se meten a carreras donde no hay matemáticas. Segundo, en el Perú en los últimos años hay una escasez de mano de obra, a pesar de que hay desempleo.

¿Por qué el Perú exporta tantos espárragos, tantas uvas? Porque hubo una revolución en la agricultura. Hace 15, 20 años, viajabas de Lima al sur y mucho era desierto. Ahora hay campos de cultivo. Eso se ha hecho por la técnica del riego por aspersión, te ahorras hasta el 90 por ciento del agua. Eso requiere ingenieros, antes no había, han tenido de traer de Chile y otros países. Cuando se hicieron los gaseoductos, los oleoductos, no había soldadores, han tenido que traer de otros países.

El Perú tiene una escasez de técnicos de mando medio o de ingenieros. Nuestro sistema educativo está formando más gente orientada a las letras que a las ciencias, de eso tiene mucha culpa el Estado. La prioridad del Estado debe ser formar buenos estudiantes, enseñarles buenas ma-

temáticas, para que de acuerdo con eso se orienten a las carreras que realmente el Perú necesita, las carreras para transformar las ingentes materias primas que tenemos. Mucha gente termina secundaria y si no ingresa a la universidad está perdida, porque lamentablemente ha estudiado once años y no sabe ningún oficio, ni arreglar un foco. ¿Por qué no haces escuelas técnicas como las que hay en Japón? ¿Por qué no se hacen más Senati, más Tecsup?

### ¿Qué balance hace del TLC entre el Perú y Japón?

Todavía no se aprovecha en toda su extensión. Ahora, en el caso de Japón no se llama exactamente TLC, sino Acuerdo de Asociación Económica, porque no es solo reducir las barreras a los bienes que se exportan, involucra cooperación económica, incluso hay un capítulo en el que se incentiva que peruanos vayan a trabajar a Japón. No se ha avanzado mucho todavía. El 93, 94 por ciento de lo que el Perú exporta es materia prima (harina de pescado, hierro, cobre), aunque los últimos años está cambiando.

¿Cuál es el problema con Japón y con Asia? ¿Qué es lo que el Perú podría vender a Japón? Por ejemplo, ¿por qué todo este boom que hay de espárragos, uvas, paltas, mangos, no se hace en Asia? Hay dos razones. Primero, son bien difíciles los exámenes fitosanitarios en Japón. Vender una camisa es diferente de vender una fruta. Japón es muy exigente. “Ya, me quieres vender esta palta, pero qué agua has echado, cómo la has procesado, cómo la has empacado”. Pero ya se ha logrado en ciertos productos. Ya se vende mango, ya se está vendiendo banana, palta creo que también, por lo menos ya se ha dado el permiso. El otro problema es tener los productos. Ya pasamos el examen, pero no tenemos oferta. Esa es la otra gran tarea: producir los productos que Asia demanda. Y para eso necesitas saber qué producir, bajo qué especificaciones. Y lo otro, obviamente, es conocer el mercado.

Hay otro componente que todavía no se aprovecha. Hay un capítulo de cooperación económica y técnica, se supone que nosotros podemos pedir ayuda a Japón. Por ejemplo, que nos enseñen qué camisa producir, qué especificaciones quieren los japoneses, qué diseños, cómo quieren los botones. Han venido unos técnicos japone-

ses, pero deberíamos pedir más ayuda a Japón. Mira, en muchos países lo que se exporta a Japón es en gran parte hecho por los mismos japoneses. Por ejemplo, los chinos exportan muchas cosas a Japón, pero son hechas en fábricas de los japoneses instaladas en China. Entonces, una de las formas de poder vender más a Japón es que vengan los japoneses a invertir en el Perú, quién mejor que ellos saben lo que quieren. Hay que crear un ambiente adecuado para que los inversionistas japoneses vengan aquí. Si atraemos inversión japonesa vamos a tener japoneses que saben lo que quiere su mercado.

### ¿Qué impacto va a tener el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) en el Perú?

Ese es un tema muy importante. Mira, es uno de los acuerdos más importantes porque es un acuerdo que prácticamente trata de poner reglas de juego en casi todos los sectores. Usualmente, los TLC solo tocan los temas de comercio. El TPP trata de poner reglas de juegos, normas iguales, en casi todo. Es el acuerdo más completo que existe, trata de que no quede nada exceptuado. En ningún TLC en el mundo, aunque se diga vamos a liberalizar el sector de bienes, se liberaliza todo. Siempre hay excepciones. En el TLC que el Perú ha hecho con Japón, el arroz no se toca. No se tocan muchos sectores pesqueros, algunos productos agrícolas, pero en el TPP se ha tratado de que todo entre. Si se pone en funcionamiento el TPP (va a demorar todavía porque lo tienen que aprobar los Congresos), doce países del mundo, que son el 40 por ciento de la economía mundial, tendrían iguales reglas de juego, entonces habría un libre comercio de bienes, servicios, todo. Sería una gran oportunidad. El problema con el Perú, y esa es la crítica que se hace no solo al TPP, para qué tanto TLC si el Perú no los aprovecha. Ese es el tema, pues. Mira, el TLC te abre las puertas, pero obviamente tienes que llevar tu producto, si no te quedas en la puerta. Las oportunidades están ahí.

### Como con las leyes que mencionó hace un rato, están ahí, pero no se cumplen.

Igualito. El TPP te permite entrar en muchos casos sin pagar ningún impuesto, pero si no tienes qué llevar, entonces te quedas mirando. El problema en el Perú es la oferta. No es decir “pucha, quién nos va a comprar”. Hay compradores. La cuestión es producir, pero para producir tiene que haber confianza, reglas de juego, seguridad. El problema es nuestro.

## NUEVAS PERSPECTIVAS Y ESCENARIOS

# BEGIN conquistó Lima

Foto: Jaime Takuma



Por primera vez, la popular banda okinawense BEGIN se presentó en Lima para ofrecer dos memorables conciertos en noviembre del año pasado. El primero, en el Matsuri AELU ante más de 10 mil personas y, el segundo, en el Teatro Peruano Japonés.

Eisho Higa, Masaru Shimabukuro y Hitoshi Uechi, los integrantes de la agrupación estuvieron solo cuatro días en Lima, pero se dieron tiempo para compartir momentos con la comunidad nikkei y deleitar con sus más emblemáticos temas a todos sus fans.

“Nada sōsō”, “Shimanchu nu takara”, “Sanshin no hana”, entre otros, fueron parte del amplio repertorio que ofreció BEGIN en sus presentaciones, en las que estuvieron acompañados por Ryukyu koku Matsuri Daiko - filial Perú y los jóvenes de Nakagusuku Sonjinkai.

Que músicos y artistas de reconocida trayectoria en Japón lleguen de gira al

Perú parecía un proyecto inalcanzable, pero gracias al trabajo conjunto de la Asociación Peruano Japonesa (APJ), la Asociación Estadio La Unión (AELU) y la Asociación Okinawense del Perú (AOP) fue posible que BEGIN se presente en Lima.

En años anteriores han ido al Perú diversos artistas destacados a presentarse en la Semana Cultural del Japón, y empresas e iniciativas privadas han gestionado también la presencia de grandes músicos como Kazufumi Miyazawa, pero sobre todo de artistas del género J-Pop.

Para la APJ, AELU y AOP, la llegada de BEGIN ha abierto las puertas a nuevas perspectivas en la posibilidad de que más artistas japoneses puedan presentarse en Lima y deleitar así a un cada vez más amplio público que disfruta de las diversas expresiones de la cultura japonesa.

Fotos: Museo de la Inmigración Japonesa al Perú "Carlos Chiyoteru Hiraoka"



**Puerto de Cerro Azul, en Cañete, lugar donde desembarcó el último grupo en 1899.**

# Hace 117 años...

El 27 de febrero de 1899 partieron del puerto de Yokohama, en Japón, los primeros 790 inmigrantes japoneses a bordo del buque "Sakura Maru" contratados por la compañía de emigración Morioka. Su destino era el Perú.

Luego de 36 días de travesía llegaron al puerto del Callao el 3 de abril. Al día siguiente partirían hacia las distintas haciendas azucareras de la costa peruana para trabajar en ellas, ubicadas en Lima, La Libertad y Lambayeque. De los 790 inmigrantes, todos eran varones, originarios de Niigata (372), Yamaguchi (187), Hiroshima (176), Okayama (50), Tokio (4) e Ibaraki (1).

Este sería el inicio de la inmigración japonesa al Perú y el punto de partida para la conformación de lo que es hoy la comunidad nikkei peruana. Entre 1899 y 1923 llegaron al Perú 18.727 japoneses en la modalidad de contratados.



**Contrato de trabajo de Kennoshin Harada, de Yamaguchi Ken, uno de los primeros inmigrantes.**



**Mujeres y niños en una de las haciendas de la costa peruana.**



APJ

ASOCIACIÓN  
PERUANO  
JAPONESA

# Mejor comunicados... y unidos

Te invitamos  
a seguir informado  
a través de *APJ en Japón*  
y nuestros canales  
digitales:



## Síntesis informativa

Recibe por e-mail este  
resumen diario de noticias  
(de lunes a viernes), sobre  
temas relacionados con la  
comunidad nikkei que se  
publican en los diversos  
medios de comunicación.

Suscríbete a:

[comunicaciones@apj.org.pe](mailto:comunicaciones@apj.org.pe)



## Portal institucional

Encuentra aquí toda  
la información  
sobre la APJ.

[www.apj.org.pe](http://www.apj.org.pe)



## Canales de YouTube

Síguenos y mira videos de  
nuestras diversas actividades.

**Comunicaciones APJ**

**Red Nikkei**



## Revista Kaikan

Artículos, reportajes,  
crónicas y entrevistas acerca  
de interesantes personajes  
de la comunidad nikkei, de  
historias colectivas, de  
empresarios  
emprendedores.

Descárgala y sigue las  
novedades en:

[www.apj.org.pe/kaikan](http://www.apj.org.pe/kaikan)

o en:



## Visita también:

**Red Nikkei**  
 **Red Joven Nikkei**  
 **Museo de la Inmigración  
Japonesa al Perú  
"Carlos Chiyoteru Hiraoka"**

Más información:

Departamento de Comunicaciones y Marketing: T (511) 5187450, 5187500 anexos 1022, 1023, 1061, 1161. • E-mail: [comunicaciones@apj.org.pe](mailto:comunicaciones@apj.org.pe)