

“Si cambia el corazón, cambia la acción; si cambia la acción, cambia el medio ambiente, si cambia el medio ambiente, cambia la personalidad, si cambia la personalidad, cambia la vida cotidiana. Si hay rectitud, habrá belleza en el corazón; si hay belleza en el corazón, habrá armonía de hogar; si hay armonía de hogar, habrá orden en la nación; si hay orden en la nación, habrá paz en el mundo. Depende de mí.”

Daisaku Ikeda

INDICE

| | Pág |
|---|-----|
| Introducción | 7 |
| Primera parte | |
| <i>Artículos publicados</i> | 9 |
| De la protesta a la esperanza | 11 |
| 2008: El Perú ante el mundo | 14 |
| El salto a la competitividad | 17 |
| Más allá del tratado TLC, un suelo hecho realidad | 19 |
| Turismo, la gran esperanza | 22 |
| Autoritarismos, nunca más | 24 |
| El pueblo lo hizo, siglo XXI | 26 |
| Acción popular, el gran salto | 28 |
| Presentación del libro <i>Turismo, la gran oportunidad</i> | 30 |
| Presentación del libro <i>Emprendimiento, visa para el éxito.</i> | 37 |
| Galería gráfica | 43 |
| Segunda parte | |
| <i>Exposiciones</i> | |
| Las relaciones entre Perú y Chile | 50 |
| - Breve historia económica | 54 |
| - Perú: exportaciones crecientes | 56 |
| - Potenciales sectores para los inversionistas | 59 |
| - Un puente al futuro | 62 |
| - Diplomacia económica | 62 |
| - Epílogo | 64 |

| | |
|--|-----|
| Perú emprendedor un sueño hecho realidad. | 65 |
| - ¿Qué nos falta? | 68 |
| Foro de de emprendedores | 70 |
| Palabras en la ceremonia de incorporación como socio pleno del club Universitario de Deportes. | 77 |
| II Congreso Peruano Internacional de Arbitraje. | 80 |
| Discurso en la inauguración de la escuela de chefs de USIL en Miami. | 86 |
| Discurso de orden en la ceremonia de conferimiento del título de Doctor Honoris Causa al Dr. Álvaro Uribe Vélez, Presidente de la República de Colombia. | 88 |
| La era del emprendimiento | 96 |
| No dejemos pasar la oportunidad | 100 |

Introducción

Queridos amigos:

Luego de una larga pausa, reanudamos la producción, redacción y difusión de nuestra serie denominada desde la década pasada Puente al Futuro. Destinada a promover cultura emprendedora y potenciar capacidades empresariales, intelectuales y emocionales en nuestra sociedad, especialmente del segmento juvenil al que dedicamos nuestros mayores esfuerzos, la serie se edita y propaga en fiestas patrias y Navidad de cada año.

Sin embargo, en los contenidos de la hilera editorial se incluye también algunas ideas y reflexiones sobre temas prioritarios y relevantes sobre el Perú. Política, economía y sociedad configuran la temática de fondo. Se trata de perspectivas y enfoques críticos expuestos libremente con el fin de contribuir al análisis de las políticas públicas, globales y sectoriales, que reflejan y responden a la realidad peruana.

Pensamos que en la tarea de construir el Perú del siglo XXI, ningún peruano debe quedar fuera de su creación, del diseño y de la obra. Somos un país multicultural, multirracial, heterogéneo, etc, pero existe un cordón umbilical prospectivo que une a todos: nuestro afán de salir adelante, superar las carencias, ser exitosos y consolidarnos como nación libre, soberana y progresista.

Visto de esa manera, la mencionada serie de publicaciones se convierte también en un espacio para la reflexión, un punto de encuentro para la concertación y el debate alturado sobre los problemas del desarrollo y el fortalecimiento de la democracia en el Perú.

Así, la versión número 12 que tiene en sus manos, compila algunos artículos publicados en el prestigioso diario El Comercio y algunas exposiciones ofrecidas en foros estudiantiles, empresariales y

académicas, que se han llevado a cabo en Lima y en el interior del país, y sigue la cadena de iniciativas en procura de impulsar y coadyuvar con el desarrollo sostenido y crecimiento armónico de la nación.

Su título, “La era del emprendimiento”, no hace más que focalizar un punto, centrar la atención del lector y sugerir una época que se cierra y otra que se abre. Es por la cual apostamos, ya que estamos seguros que en nuestro afán de contribuir por hacer del Perú un país de emprendedores no estamos solos.

Lo hermoso de estos tiempos es que ese “puente” al futuro del que tanto hablamos se ha comenzado a construir fácilmente.

Felices fiestas patrias a todos.

Muy cordialmente,

Raúl Díez Canseco Terry

Julio de 2008

PRIMERA PARTE
ARTÍCULOS PUBLICADOS

DE LA PROTESTA A LA ESPERANZA

Después de algún tiempo y gracias a la generosidad de los jóvenes que tienen a bien hospedarme en sus foros para charlar sobre temas de emprendimiento, he tenido la suerte de retomar mis viajes por el interior del Perú. A Piura y Tumbes los he visitado en múltiples oportunidades; pero entre la última ocasión y ahora, reconozco un cambio notable en ambos departamentos, diría sin precedentes. Remontar sus pistas y atravesar sus puertos y aeropuertos; oír el bullicio de sus gentes; comprobar el dinamismo industrial, comercial, hotelero y gastronómico; y el contemplar las plataformas de los yacimientos de gas recientemente descubiertos en la bahía de Bayóvar, nos estimula a dar las gracias a quienes hacen obra y a los que moldearon y forjan futuro como los presidentes Fernando Belaunde, Alberto Fujimori (el estadista que fue hasta antes del 5 de abril de 1992), Alejandro Toledo y Alan García.

Qué decir de las playas tumbesinas, esa franja fantástica de arena blanca bañada de sol perpetuo que encandila a los turistas ecuatorianos. Punta Sal, Playa Zorritos, La Cruz, Playa Hermosa y Puerto Pizarro, empiezan a configurar lo que el presidente Toledo visionó durante su mandato: un producto turístico de primer nivel, cuyos componentes principales, el sol y playas septentrionales, encandilen a nuevos visitantes del Perú y del mundo. Playa Hermosa, ahora en manos del Concejo Provincial de Tumbes, va en camino a ser realidad luego de superar controversias y burocracias estériles.

Tuvo razón el presidente Fernando Belaunde –la región norte lo corrobora- cuando dijo que «el Perú es un reino por descubrir y redescubrir, una página siempre en blanco por editar, un manantial de riqueza por explorar y un gigante andino que cuando despierte lo hará con esplendor». Efectivamente, el Perú contemporáneo despierta, se renueva y crece, como Piura y Tumbes y en general todo el territorio

nacional. Es necesario, pues, mantener las medidas y políticas económicas, las estrategias y condiciones que han hecho posible atraer inversiones y lograr una expansión de nuestro crecimiento por 84 meses consecutivos.

Este hecho no es ni de derecha ni de izquierda, sino la constatación de una realidad. Sin embargo, para avanzar con velocidad hay que mejorar y potenciar la capacidad de gestión pública –por ahora la pata coja de los gobiernos central, regional y local- en todas las instancias. Atender también con eficiencia y eficacia la abrumadora necesidad de servicios públicos y de empleo que tienen la sierra y selva, donde habitan más del tercio de peruanos y donde está casi todo por hacer. Esto es impostergable, aquí es donde hay que poner mayor énfasis en las políticas de Estado. No es posible comprobar que miles de millones de soles de los presupuestos de algunos gobiernos regionales y municipales, provenientes del erario nacional y del canon minero que se distribuye ahora con cifras sin precedentes, retornen al fisco por la falta de gestión y la ausencia de proyectos técnicamente bien elaborados.

A propósito, el reciente paro convocado por la CGTP merece una reflexión profunda de todos los actores políticos, especialmente de quienes administran los resortes del poder. Más allá de si hubo ganadores y perdedores, la lección principal de la protesta del miércoles 9 es que sirve para tomar debida nota de las necesidades puntuales de cada región, departamento, provincia o distrito, y a partir de allí convertirla en una gran oportunidad para, inderdisciplinaria y multisectorialmente, evaluar o rediseñar las respuestas correctas a los problemas.

De alguna manera cualquier reclamo, por pequeño que sea, exterioriza una necesidad o un sentimiento de frustración. Mirémoslo de otra manera. La protesta es un malestar colectivo pero también una oportunidad para conocer qué requiere el pueblo y cuál es la bitácora que corresponde para paliar su marea. Así, una protesta significa también un censo de carencias, catastro de reclamos, un estudio de mercado de las angustias que sufren nuestros compatriotas. En ese sentido hay, pues, que convertir la exigencia

en una esperanza y ésta en una realidad concreta que satisfaga la inquietud popular y que abone la vigencia y sentido de nuestra democracia. No olvidemos que cuando colapsa el sistema se derrumba todo, y no existirán ni presidentes regionales, ni alcaldes ni regidores que se salven del desplome. Por eso, las responsabilidades son compartidas, de cabo a rabo.

Finalmente, en la ocasión de cumplirse 187 años de nuestra independencia (estamos a solo 13 de nuestro bicentenario), formulamos votos para que nuestras discordias se disipen, los enfrentamientos se terminen y las discusiones bizantinas no acaben con los acuerdos en pro del crecimiento y desarrollo nacional. Que este 28 de julio nos sirva para reafirmar los valores democráticos y nuestra identidad de país soberano. Felices fiestas patrias a todos.

Publicado en el diario El Comercio, julio de 2008.

2008: EL PERÚ ANTE EL MUNDO

Con acierto, el Gobierno del presidente Alan García ha denominado a este año 2008 “Año de las Cumbres Mundiales en el Perú”. Sugiere no sólo que los ojos del mundo estarán fijos en nuestro país durante 365 días, otorgándonos la formidable oportunidad de mostrarnos cómo somos, lo que queremos y la visión que nos une con el futuro y la humanidad, sino también que lo mejor de la economía globalizada, por primera vez y sin precedentes, nos entrega una posta que, bien aprovechada, significa para nuestro país una ocasión para potenciar el aumento de las inversiones, la concreción de más acuerdos comerciales y, entre otras metas como el aumento de los índices de confiabilidad hacia el Perú, la promoción de los atractivos turísticos nacionales.

Sin duda es el inicio de un nuevo impulso en el proceso de inserción plena, por un lado con el foro Asia-Pacífico, que representa a 21 economías, el 57,8% del producto bruto mundial, casi el 50% del comercio global y 2.600 millones de habitantes; por otro, con la V Cumbre Unión Europea-América Latina, que congrega a 60 jefes de Estado (27 mandatarios de la Unión Europea y 33 de América Latina). Ambos espacios constituyen mecanismos de concertación para promover crecimiento económico, expansión comercial e intercambio de experiencias y proyectos dirigidos a reducir pobreza y desigualdades.

Es lugar común sostener que las cumbres mundiales son una oportunidad para la discusión, pero que de nada sirven si no hay disposición política para alcanzar resultados. **La gente tiene la idea de que las cumbres son reuniones de políticos donde únicamente discuten y no se llegan a acuerdos y, menos, a soluciones. Esperemos que “nuestras cumbres” y el liderazgo del Perú tengan los resultados deseados. El gran mérito será, además de proporcionar el podio para la**

discusión franca y el punto de encuentro entre la diversidad de culturas, que los líderes asuman compromisos firmes en el objetivo de eliminar las barreras arancelarias para el 2020.

En ambas citas tenemos la extraordinaria ocasión de mostrar una economía con crecimiento económico continuo desde hace siete años (expansión en más de un 8% el 2007, uno de los mayores de América Latina, y una inflación baja), un Estado de derecho que funciona, instituciones que se fortalecen, libertades empresariales bien protegidas y potencialidad futura en cuanto a recursos naturales y competitividad. Como si fuera poco, constituyen una inmejorable vitrina para exhibir con creces a millones de habitantes del planeta nuestra identidad e imagen de país ordenado, estable, solidario, amable y emprendedor. Si a estos eventos sumamos el hecho de que la decimoséptima reunión de la Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo (OMT), desarrollada en Cartagena de Indias, Colombia, el 29 de noviembre de 2007, votó por Perú como anfitrión del Día Mundial del Turismo de 2008, que se celebra cada 27 de septiembre, se verá que el año 2008 podría ser redondo para todos los peruanos.

Más allá de que las jornadas constituirán espacios fundamentales para que la totalidad de los jefes de Estado tomen acuerdos en común para una acción conjunta y coordinada a futuro en tal o cual eje temático, las cumbres nos depararán la oportunidad de mostrarnos ante el mundo. De allí mi invocación para poner el hombro por el éxito de las cumbres. Los actores políticos y la sociedad civil (medios de comunicación, empresarios, profesionales, técnicos, sindicatos, trabajadores y más), no deben dejar de escapar la coyuntura de ser mejores anfitriones. Reitero: está en juego la imagen de nuestro país y el desafío de potenciar nuestra oferta exportable y diversidad turística. Por el lado de los organizadores, gestión, programación, uso intensivo de las nuevas tecnologías y marketing, parecen ser las claves para alcanzar los

resultados deseados. Esto significa haber cubierto los mínimos detalles en cuanto a organización, logística, seguridad y recurso humano.

Una reflexión final. Tal vez hoy se reconozca que los tan cuestionados viajes por el exterior del ex presidente Alejandro Toledo, están rindiendo los frutos buscados con tanta vehemencia. Los resultados de la “diplomacia económica” que lideró e impulsó, bajo la premisa de que “generar comercio es reducir pobreza”, están a la vista. Precisamente, al final de una de sus giras, el martes 21 de octubre de 2003, en el apoteósico Ananta Samakhom Throne Hall de Bangkok, Toledo anunció que el Perú será sede de la Cumbre de APEC del año 2008. En ese entonces, el ministro de Economía, Pedro Pablo Kuczynski, su Gabinete y el que suscribe esta nota, percibieron que las condiciones estarían dadas para no defraudar las expectativas de los 21 líderes de APEC. Al César lo que es del César, al ex mandatario Toledo lo que es de él y al presidente García lo propio.

Publicado en el diario El Comercio del miércoles 23 de enero de 2008.

EL SALTO A LA COMPETIVIDAD

¿Por qué el Perú es visto en el exterior con buenos ojos por inversionistas y demás operadores del mundo económico, financiero, comercial, como político y diplomático? La respuesta es sencilla: porque estamos haciendo las cosas bien, porque somos un país con posibilidades de desarrollo casi inimaginables, por la enorme potencialidad de sus recursos naturales y, sobre todo, porque nuestros principales actores políticos le han dicho adiós al síndrome Penélope, aquel que grafica cuando un presidente asume el poder y desteje todo lo bueno que deja su antecesor. Ahora, el marco institucional que contribuye a crear reglas de juego claras y estables, tan importantes para la inversión a largo plazo y la formación de empresas competitivas, permanece a buen recaudo por convicción del presidente Alan García.

Las cifras de la bonanza los peruanos lo saben. El primer mandatario las sintetizó recientemente cuando dijo que el Perú se acerca a producir 104 mil millones de dólares en producto bruto y que llegaríamos a más de 140 mil millones al término de su mandato (2011). Lo que significa que si se mantienen las condiciones macroeconómicas actuales –crecimiento a un ritmo de 6 a 7%– será posible reducir en los próximos años el nivel de pobreza de 51% a 40%. La pobreza extrema podría reducirse en cinco puntos porcentuales y bajar de 20% a 15%, de acuerdo al Banco Mundial.

Soy de los que comparten la idea de que la época de cambios que se registra a escala planetaria, se asemeja a la que impulsó el surgimiento de la revolución industrial inglesa (en el siglo XIX), que justificó la formulación de un nuevo pensamiento económico que primó durante todo el siglo XX. Y estando aún en la prehistoria de la evolución de las tecnologías de la información (¿cómo será cuando alcancen su madurez?), es de imaginar que los nuevos paradigmas y principios del desarrollo económico estén aún en ciernes. Entonces, mientras el nuevo rostro de la economía mundial se configure plenamente, las naciones emergentes tienen que aprovechar las oportunidades que se les presenta.

Así, pues, son momentos estelares que vive el Perú, lo que debemos preservarlos. Aquí se hace necesario reconocer a los gestores de esta bonanza. Hay que decirlo porque, a veces, nos cuesta reconocer los méritos ajenos. El primero que miró hacia el cambio y la transformación productiva fue el visionario Presidente Fernando Belaunde. ¿Cuánta

de la infraestructura existente -vial, portuaria, aeroportuaria, fluvial, energética-, corresponde a sus dos gobiernos? ¿Cuánta de infraestructura logística para el comercio exterior constituye su legado? Tal vez en un 60%. Luego, Mario Vargas Llosa, quién remeció a los peruanos en 1990 con su mensaje de cambio y apuesta por una economía abierta. Después, Alejandro Toledo, quien, contra viento y marea sostuvo la disciplina fiscal y una política monetaria ordenada. Alcanzó un logro sin precedentes en la historia del Perú: mantener durante cinco años un promedio anual de crecimiento económico del 5%. Finalmente, el presidente García, quien ha sabido continuar las políticas económicas de su predecesor.

Creo, pues, que los peruanos ya hemos dado el gran salto hacia el futuro diferente. Apostemos ahora por el siguiente paso, impulsando la revolución productiva para no depender exclusivamente de las materias primas o commodities. Se logra diversificando nuestra economía y, sobre todo, mejorando la competitividad empresarial. Existe consenso que si las naciones en desarrollo quieren fortalecer su competitividad, tendrán que fortalecer sus capacidades internas.

En su importante tratado «La ventaja competitiva de las naciones», Michael Porter precisó que los que compiten son las empresas, no los países; y que el desarrollo empresarial no surge en forma independiente sino que obedece a un entorno nacional que apoya y cultiva la competitividad (macroeconomía saludable, educación, capacitación, desarrollo tecnológico y más). Así, la meta principal de una estrategia competitiva es el mejoramiento de la posición estructural del país en las economías de escala. ¿Para qué? Para mantener niveles de ingreso y empleo que colmen las expectativas de la población, para reducir la dependencia, etc. Los especialistas señalan que el Perú podría crecer en 8% a 9% si es que da un salto cuántico en competitividad. ¿Qué estamos haciendo para ello? Este es un tema de vital de nuestra agenda pendiente.

Finalmente, si logramos que el éxito económico se traduzca en bienestar para nuestra gente, habremos de mirar el futuro con optimismo desbordante. Bien por todos. «Nunca ha habido una oportunidad mejor para construir un Perú diferente», ha reiterado el economista del Banco Mundial, Marcelo Giugale, amplio conocedor de nuestra realidad. Nunca. No la desaprovechemos.

Publicado en el diario El Comercio del miércoles 14 de noviembre de 2008.

Más allá del Tratado TLC, UN SUELO HECHO REALIDAD

Sobre el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y sus beneficios está casi todo dicho. Sin duda, abre un capítulo en la historia del comercio exterior, reta nuestra capacidad competitiva y dibuja un nuevo mapa de producción y generación de bienes y servicios. Celebro el punto final de un largo proceso que se inició durante el mandato del presidente Alejandro Toledo (2001-2006) y mi gestión como ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (2001-2002). En firme apuesta por el comercio exterior y el turismo como instrumentos de desarrollo y de lucha contra la pobreza, el ex presidente ordenó crear la palanca que hiciera posible esta lucha. Entonces, desde el ex Mitinci impulsamos la creación de una institución que lidere las negociaciones comerciales internacionales y promueva la llamada “industria sin chimeneas”. Así nació el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Ley 27779), que se convirtió luego en el punto inicial de la revolución exportadora.

Desde el Mitinci, batallamos para la ampliación de las preferencias arancelarias que nos otorgaba unilateralmente Estados Unidos. Se logró, en agosto de 2002, mediante el ATPDEA (Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga), que no sólo renovó las ventajas a los productos que se beneficiaban del ATPA (Ley de Preferencias Arancelarias, de 1991), sino que amplió dichas preferencias a las confecciones y textiles. Hay que decirlo, en todo el proceso de negociaciones pro ATPDEA y pro TLC, jugó un papel decisivo el entonces representante de Comercio de Estados Unidos, hombre de confianza de George W. Bush y actual presidente del Banco Mundial: Robert Zoellick.

Corresponde ahora aprovechar al máximo los beneficios que nos reporta este Tratado. Es posible, primero ratificando que la oferta

exportable actual y potencial es un elemento relevante dentro de cualquier política comercial; segundo, que su expansión debe considerar efectos multiplicadores de los productos con mayor impacto en la economía nacional; y, tercero, definiendo correctas estrategias de posicionamiento mediante un sistema cohesionado de inteligencia comercial en el que participen nuestras embajadas. Durante mi gestión se avanzó en este último punto. Hoy es un imperativo como política pública, ya que necesitamos orientar a los productores sobre cuáles serían los mercados con mayor potencialidad actual y futura. No olvidemos que, en definitiva, serán las empresas y los agentes económicos los que desarrollarán el trabajo final de penetración en los mercados globales. Cada embajada tiene que reportar puntualmente la dinámica de las exportaciones e importaciones de su ámbito en el que trabaja y también de aquellas zonas en las que el Perú no cuenta con representación diplomática (Filipinas, por ejemplo).

Si a estas políticas sumamos el impulso de la reforma curricular para volver a los bachilleratos técnicos e implementamos el capital de riesgo para apoyar a miles de nuevos emprendimientos orientados al comercio exterior, estaríamos, sin duda, a la altura de los desafíos que emanan del TLC. La capacitación a través de los bachilleratos, mejorarían la calidad de nuestra mano de obra que, a su vez, mejoraría la calidad de nuestros productos. Así, conservarían sus nichos de mercado con precios de calidad (no podemos competir con los productos asiáticos por la mano de obra barata). Por otro lado, el Estado tiene que promover a miles de pequeñas y medianas empresas con financiamiento de organismos internacionales. Así se hace en las naciones desarrolladas y emergentes.

En suma, si no encaramos a fondo la reforma del Estado, modificamos la legislación obsoleta, mejoramos la infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria, servirían de poco los planes estratégicos nacionales y regionales. Para lograr aquellos objetivos

y metas es indispensable la colaboración e inclusión de todos los sectores. El TLC con EE.UU. fue posible gracias al esfuerzo colegiado del Gobierno, la mayoría de los actores políticos, los gremios empresariales y el pueblo peruano. ¿Por qué no seguir el mismo camino para aprovecharlo al máximo? Recordemos que la dinámica del comercio exterior está fuertemente influenciada por el contexto internacional y por políticas de orden interno de consenso. Y en cuanto al desarrollo de nuevos emprendimientos vinculados al comercio internacional, recordemos aquel viejo proverbio que enseña que mejor que dar pescado es enseñar a pescar. Ahora hay que enseñar cómo llevar el pescado al mercado.

Publicado en el diario El Comercio del viernes 14 de diciembre de 2007.

TURISMO, LA GRAN ESPERANZA

Texto de la presentación del libro *Turismo, la gran oportunidad*

El turismo es para las naciones emergentes un instrumento eficaz para la erradicación de la pobreza, además de convertirse en instrumento vigoroso y sustantivo para impulsar el entendimiento entre los pueblos. No es un lujo al que acceden reducidos segmentos de las sociedades desarrolladas; por el contrario, se ha convertido en un derecho humano básico y una forma de vida de millones de personas. Sin embargo, por su naturaleza altamente sensible debido al factor humano, su crecimiento requiere de permanente atención ante las dificultades y fenómenos sociales de nuestro tiempo.

Por ejemplo, en 2001 las llegadas de turistas internacionales en el mundo cayeron un 0,6%. ¿Qué razones detuvieron el alza? El enfriamiento de la economía mundial, que empezó a finales de 2000, y sobre todo el impacto del 11-S. Por primera vez desde 1982 (crisis del petróleo, guerra de las Malvinas y conflicto en Oriente Medio), el número de viajes turísticos cayó en todo el mundo. Como consecuencia, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), los ingresos se redujeron un 2,6% en 2001. Ante este hecho, los gobiernos del planeta respondieron a su manera para reducir el impacto de la desaceleración del turismo: subvenciones, moratorias fiscales, cambios de estrategias de marketing y, por lo general, una mayor presencia de las campañas de publicidad.

Sin embargo, el poder de recuperación del turismo fue rápido (lo que indica su fortaleza frente a los factores externos) y su dinámica mundial, siete años después del infausto 11-S, presenta un crecimiento sostenible y armónico porque, con diferentes porcentajes, todos los países del orbe se benefician de la también llamada “industria sin chimeneas”. El último reporte de la OMT, de enero de este año, da cuenta que los resultados superan todas las expectativas: las llegadas de turistas internacionales sumaron casi 900 millones, creciendo 6% en relación con el año 2006.

El turismo, es pues, para el Perú muy importante (cifras oficiales señalan que en 2007 ingresaron 1,4 millones de turistas, lo que significa un aumento de 7% con relación al 2006); por lo mismo tenemos que promover aún más y en todos los niveles la cultura y conciencia turística, paralelamente la mejora de la infraestructura y calidad de los servicios, además de resolver el problema de gestión que es el punto débil de la actual administración García. El Perú, de aquí a una década tiene que convertirse en uno de los países líderes en la industria turística de Latinoamérica. Para ello habrá diversificado sus mercados, mejorado sus productos, afirmados sus destinos y sus empresas serán más competentes. Entonces, el turismo no sólo será factor de cohesión social, sino que también será reconocido como pieza clave en el porvenir económico y en el fortalecimiento del orgullo e identidad nacional. En suma, el turismo es nuestra gran esperanza. No degollemos a la gallina de los huevos de oro.

Publicado en el diario El Comercio del jueves 20 de marzo de 2008.

AUTORITARISMOS, NUNCA MÁS

A fines de marzo se desarrolló en Rosario, Argentina, el seminario internacional Los desafíos de América Latina, organizado por la Fundación Internacional para la Libertad, que dirige nuestro laureado escritor Mario Vargas Llosa y que convocó a seis ex presidentes de América Latina de tendencia liberal. En el evento, los términos dictadura, populismo, tiranía, caudillismo, anacronismo, socialismo, que a los peruanos nos son muy familiares, fueron recurrentes junto a cuestionamientos duros contra los regímenes de Hugo Chávez (Venezuela), Evo Morales (Bolivia), Rafael Correa (Ecuador) y Daniel Ortega (Nicaragua).

A propósito, la pregunta es, ¿hay amenaza creciente del populismo en América Latina, específicamente en el Perú? Por experiencia directa de 12 años de dictadura militar (1968-1980), sabemos que el socialismo destruyó la moneda, el crédito, el ahorro, la ilusión del progreso y de la sociedad justa; y, lo peor, deterioró la educación de la que el presidente Fernando Belaunde solía decirnos que es la piedra de toque que hace posible en las sociedades modernas el principio de igualdad de oportunidades para todos. En los umbrales del siglo XXI y en plena globalización, es un gran error sostener, como todavía lo hacen ciertos sectores de la política nacional, que un Estado centralista y una economía estatizada pueden alcanzar el desarrollo en nuestros pueblos.

Los países que lo han intentado, como el Perú de la década de los 70, fracasaron estrepitosamente. Recordemos. ¿Qué se propuso en 1968 el Gobierno Revolucionario de la Fuerza Armada? En el artículo 2° del Estatuto que reemplazó a la Constitución de 1933, entre otros objetivos, se señala: «... promover a superiores niveles de vida a los sectores menos favorecidos de la población, realizando la transformación de las estructuras económicas, sociales y culturales del país; imprimir a los actos de Gobierno un sentido nacionalista e independiente, sustentado en la firme defensa de la soberanía y dignidad nacionales; moralizar al país en todos los campos de la actividad nacional y reestablecer plenamente el principio de autoridad, el respeto a la ley y el imperio de la justicia; promover la unión, concordia e integración de los peruanos, fortaleciendo la conciencia nacional. ...»

Los resultados de esa gestión fueron adversos a esos propósitos. Las recetas del populismo y el socialismo destruyeron las instituciones, asfixió la iniciativa privada y, entre otras consecuencias, la producción agraria prácticamente desapareció, y al desaparecer produjo enormes migraciones del campo a la ciudad. Estos cambios continúan afectando al país; y la prueba mayor es que la distribución poblacional actual registra que el 70% de peruanos vive en zonas urbanas y el otro 30% en zonas rurales.

Valgan estas breves reflexiones con ocasión del foro reciente que reunió en Argentina a lo más graneado de la intelectualidad liberal (contra todo pronóstico, se dijo allí que uno de los grandes problemas de la política moderna es que se ha quedado divorciada del mundo de las ideas y convertida en simple administradora de lo que existe), y también a propósito de que el próximo 3 de octubre de 2008, se cumplen 40 años del infausto golpe militar liderado por el general Juan Velasco Alvarado y un grupo de militares socialistas.

La experiencia negativa de este autoritarismo es una lección que hay que saber asimilar, y la principal es que no hay que aferrarse a modelos anacrónicos. En la libertad está la clave del éxito, pero en la libertad plena y no solo económica, sino también política, social y cultural. «Un liberalismo que creyera sólo en la libertad de mercado es un liberalismo deshumanizado, fácil presa de la tentación totalitaria y carente de la indispensable capacidad de generar emociones», sostuvo Vargas Llosa. Fruto de más de 80 meses seguidos de crecimiento, nuestra economía florece, pero la mitad de nuestros compatriotas sobrevive en situación de pobreza. La respuesta no está en modelos estatistas ni regímenes autoritarios, sino en democracias de libertades plenas.

Publicado en el diario El Comercio del miércoles 23 de abril de 2008.

EL PUEBLO LO HIZO, SIGLO XXI

Finalizada la Quinta Cumbre de América Latina, el Caribe y la Unión Europea, con resultados muy satisfactorios para el Perú, emana nuevamente en la agenda interna uno de los rompecabezas que aflige a todos: el tema de la inclusión social y la ausencia de proyectos de impacto que logren drenar satisfactoriamente la pobreza en nuestro país. A pesar de la mejora en las cifras sobre este tema, todavía alrededor de la mitad de la población es pobre y la distribución de los ingresos se concentra aún en pocos sectores. De allí la contrariedad que genera entre los peruanos de ver un país con cifras boyantes en la economía y, simultáneamente, comprobar altas cifras de pobreza.

¿Cómo así se registra este hecho? El economista Julio Gamero, autor del documento “Crecimiento y empleo”, tiene una explicación: por cada punto de aumento del PBI, la pobreza apenas disminuye un cuarto de punto. Para el experto Enrique Vásquez los problemas fundamentales son la manipulación política que se hace de los programas sociales, así como su sectorización expresada en que las zonas urbanas generan mayores réditos para los políticos que las zonas rurales donde vive el tercio de la población nacional.

La pobreza es un fenómeno causado por factores heterogéneos, diversos. El hambre, la carencia de empleo, salud, vivienda, educación de calidad, la ausencia de centros para el deporte y recreación, definen en primera instancia esa circunstancia económica en la que una persona es pobre. Pero, lo precisa el Banco Mundial, la ausencia de infraestructura (camino, vías, puentes, pequeñas centrales hidroeléctricas, canales de riego, etcétera) constituye igualmente expresión de pobreza. Al revés, mientras los servicios a los que accede cada persona aumentan, mayor es la factibilidad de que se encuentre fuera de la línea de pobreza.

Trabajemos seriamente en esto último mientras los programas sociales produzcan resultados. Aprovechemos el inmenso potencial que existe en todo el territorio, como parte de nuestra idiosincrasia, en torno al valor solidaridad que no es otro que la ancestral *minka* que representó en el imperio inca el trabajo comunitario en beneficio del bien común.

El presidente Fernando Belaunde Terry, cuyo pensamiento político escudriñó en profundidad gran parte de las lecciones de la civilización inca, la institucionalizó en su primer Gobierno (1963-1968) y la amplió en su segunda administración (1980-1985). El Sistema Nacional de Cooperación Popular funcionó extraordinariamente bien mediante una fórmula simple: el Estado disponía de fondos y tecnología, para edificar una obra pública de pequeña o mediana envergadura, y la comunidad beneficiaria aportaba la mano de obra.

Con esa modalidad, traducida en política de Estado, millones de brazos trajinaron toda una época y por toda la tierra patria, especialmente en las regiones de sierra, construyendo centenares de kilómetros de carreteras vecinales, puentes y pontones, pistas urbanas, pequeñas centrales hidroeléctricas, canales de riego, colegios, postas médicas y demás infraestructura comunal y municipal, que a la postre, mejoraban el nivel de vida de los pobladores, entre otras razones porque se dinamizaba el comercio de productos de pan llevar. La etiqueta en cada obra terminada rezaba un himno al voluntariado solidario: “El pueblo lo hizo”.

¿Contamos con recursos económicos para potenciar y capitalizar nuevamente el trabajo solidario entre los pueblos, comunidades, organizaciones, gremios, rondas campesinas y más en beneficio mutuo? Sí. De allí que, bajo una batuta técnica de primer nivel, es necesario restablecer el Sistema Nacional de Cooperación Popular otorgándole el nivel de política de Estado y al peruano humilde el empoderamiento que señale de lo que es capaz de hacer en beneficio de su entorno y de que sí puede cuando alguien le da la mano. Así se combate eficazmente la otra arista de la pobreza: la ausencia de infraestructura. ¿Por qué no hacerlo y derivar a este sistema una parte de los dos mil millones de dólares que el Gobierno destina a la lucha contra el hambre? Es más rentable enseñar a pescar construyendo que otorgando el pescado. Además, en el siglo XXI ya no basta con enseñar a pescar, hay que educar para que el pescado llegue a los mercados y luego a la olla de manera adecuada, y a ese proceso se llama capacitación.

Publicado en el diario El Comercio del martes 27 de mayo de 2008.

ACCIÓN POPULAR, EL GRAN SALTO

Acción Popular cumple 52 años, más de cinco décadas de existencia, y los desafíos que aborda, entre otros el tema de la representación política, no son ajenos a los de otras agrupaciones políticas del continente. El sistema partidario muestra una clara fragmentación; pero también muestra que es capaz renacer y florecer, no sólo porque se va consolidando la libertad de asociación mediante partidos políticos, sino también porque éstos siguen expresando la autenticidad del pluralismo político. En suma, como herramienta articuladora de los ciudadanos, hacen posible la construcción del moderno Estado democrático como entidad máxima de la vida de las naciones. Contrario a todo ello es la barbarie, la violencia, el autoritarismo, el despotismo, el individualismo y la disgregación.

Para los sociólogos hay características que hacen de un partido una instancia moderna: sustento ideológico y programático, que lo haga poseedor de una cosmovisión; estabilidad, que le permita vigencia permanente; transparencia en el ejercicio de su liderazgo; representativos de la diversidad social; amplias y flexibles, para adecuar realidades concretas a soluciones pragmáticas; doctrinarios en el sentido de la enseñanza a través del ejemplo; no hegemónicas; y, útiles, en el sentido del servicio al bien común. Es claro que si en algún momento estas cualidades se imprimen en nuestras organizaciones en términos aceptables, habremos consolidado a la democracia como el mejor modelo de vida y de gobierno.

No olvidemos que la civilización se construyó sobre la base de ideas, ciertos principios y normas que rigen la convivencia social. En este sentido, quienes suscriben aquello de que las ideologías han muerto o que son cosa del pasado, han perdido la real percepción de las cosas pues no es posible ver el mundo sin una ideología, sin un bagaje de conocimientos acumulados a la largo de la vida, sin una visión de futuro y sin una misión que el presente impone.

En este contexto, Acción Popular ha sabido mantener principios rectores a lo largo de su trayectoria. Puede que ello le haya significado un alto costo político, pero ha mantenido en alto ideales y propuestas. A puertas

de conmemorarse el centenario del nacimiento de su fundador, Fernando Belaunde (7 de octubre de 2012), Acción Popular necesita transmitir a nuestros compatriotas un mensaje diáfano y elaborar un proyecto de país confiable para construir una sociedad justa. De momento, con la experiencia que le otorga el acervo político, ideológico y programático acumulado en 52 años de trayectoria, AP debe preocuparse en trabajar bien para constituirse en el fiel de la balanza del juego democrático actual y para ocupar pronto el lugar para el que fue fundado: ser un mediador privilegiado entre el Estado y la sociedad civil, capaz de elaborar una visión clara de lo que quiere que sea el Perú.

Estoy seguro que un gran sector de la población quiere ver que la obra cumbre de nuestro querido arquitecto, su partido, recupere el sitio para el que fue fundado; es decir, ser un mediador eficaz entre el Estado y la sociedad civil, y sobre todo para ser el instrumento impulsor del desarrollo cultural e institucional de las sociedades modernas. Grandes íconos populares como el mismo Belaunde y Valentín Paniagua, una extraordinaria como extensa obra pública todavía no igualada y, entre otros hitos, su gran aporte en pro de una cultura democrática nacional, hacen relevante su vigencia e ineludible su renacer en gran grande que, creemos, logrará más temprano que tarde.

Después de todo, la aspiración de Fernando Belaunde fue que su obra basada en lecciones autóctonas y los aportes de Occidente, constituyan el legado intelectual que las generaciones venideras deben asimilar. La revolución de la tecnología intermedia que se registra en los andes peruanos y el clamor mundial del valor solidaridad, lo hacen más que vigente.

Publicado en el diario La República del domingo 1 de junio de 2008.

Presentación del libro “TURISMO, LA GRAN OPORTUNIDAD”

A comienzos de la década del 80 visité la comunidad aymara de Chimbo, en Pomata, al sur de la ciudad de Puno, casi al borde de la frontera con Bolivia. Cuando caminaba por sus calles, se me acercó un humilde poblador de tez curtida por el inclemente sol y entusiasmo desbordante, ofreciéndome agua mineral y golosinas.

Su rostro, en el que destacaban unos ojos vivaces, reflejaba alegría. Me hablaba de la belleza de su tierra y de los visitantes que alegraban la vida del pueblito. “¡El turismo es (la) vida!”, exclamaba como el sediento cuando espera un vaso de agua. Este labrador de la tierra y pastor de auquénidos dedicaba sus horas libres a un pequeño negocio de venta de artesanías, de bebidas calientes y frías.

Cuando los turistas extranjeros llegan hasta las orillas del lago Titicaca para aspirar su brisa y disfrutar del abrumador encanto del Altiplano, los habitantes de Chimbo vibran de alegría... porque los visitantes tocarán las puertas de sus modestas tiendas para comprar gaseosas, caramelos, galletas, un mate de coca o un souvenir que llevarán como recuerdo.

“El turismo es (la) vida” para este humilde labriego de Chimbo. También, para el hombre del campo o de la ciudad en Cusco o en Cajamarca, en Áncash o en Apurímac, en Ica o en Junín. Hombres y mujeres que ayudan al sustento de sus familias con actividades vinculadas al turismo, como tener pequeños negocios o vehículos de servicio público. Pues sin visitantes nacionales o extranjeros no hay negocio ni ganarán algunos soles como guías o taxistas. La pobreza se acentuará.

Allí comprendí que más allá del interés de miles de personas por desplazarse a nuevos lugares, ávidas por conocer su historia y sus costumbres, el turismo tiene una significación profunda en la vida de quienes en el eslabón más humilde tienen en él un ingreso.

Por aquellos fríos parajes del ande puneño, como ocurre en miles de lugares de la tierra, sin turistas no hay vida...

Del encuentro con el comunero del Altiplano me atrajo el tema, y desde entonces dediqué tiempo a estudiar sus posibilidades de desarrollo.

Hasta entonces tenía el convencimiento de que sabía, si no bastante, algo sobre el tema; después de todo, había viajado por el Perú y por el mundo moderno y el antiguo.

Visto de otro modo, desde el impacto social del turismo en la vida de compatriotas y de millones de personas en el mundo, el turismo, como indica la Organización Mundial del Turismo (OMT), se ha convertido en una de las principales fuentes de empleo y en contribuyente potencial en la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones autóctonas.

El turismo es hoy parte sustancial de la historia moderna de las naciones, y, como fenómeno socioeconómico transversal, sus beneficios llegan a un amplio espectro de la población: desde el pequeño operador comercial hasta medianos y grandes empresarios. A través de él, se estimula el movimiento económico y la creación de servicios, que por pequeños que fueren, generan mejores niveles de vida.

Que “el turismo es (la) vida” lo sostengo desde la definición llena de contenido social y humano del humilde puneño que vive en la estepa aymara. Y no solo por activar sentidos, vivir nuevas emociones y brindarnos la oportunidad de admirar las maravillas de la naturaleza, sino también por llevar la inyección económica que moviliza a los pueblos.

Ese episodio recuerda que el turismo hace posible, como afirma Fernando Bayón Maríné, experto español en turismo, la convivencia entre la tradición y el progreso. “Ha sido precisamente el turismo que ha permitido involucrar ambas cosas en una armonía casi filosófica, dibujada a trazos por millones y millones de personas... Si ‘vivir es volver’ (Azorín), la historia del turismo es la historia de la generosidad, porque deja que los hombres vuelvan a vivir”, subraya.

Mi primera oportunidad de trabajar por el turismo se presentó al asumir la dirección y la presidencia de la asamblea del desaparecido Fondo de Promoción Turística (Foptur), y luego como viceministro de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración (enero-julio de 1985), al final del segundo gobierno del presidente Fernando Belaunde. No tuve mucho tiempo para implementar iniciativas, pero creamos el sistema “cerrojo” de Cusco a Machu Picchu, que comprendía una red de autovagones (y el circuito adicional de Cusco-Sicuaní-Puno-Desaguadero) a través de la cual los turistas podían realizar los viajes de ida y vuelta a la ciudadela de Machu Picchu.

A fines de los años 80, el turismo crecía en el mundo, pero en el Perú se había estancado. En 1980 ingresaron al país 372.790 turistas (que significó un ingreso de 200 millones de dólares), mientras que en 1990 la cifra fue de 352 mil turistas y 217 millones de dólares de ingresos.

Había que atacar las causas del estancamiento del sector, entre ellas el terrorismo, y atender otros problemas que venían de la mano con la globalización, como la necesidad de proteger el medio ambiente.

La Octava Asamblea de la Organización Mundial del Turismo, realizada en París, en 1989, fijó pautas en ese sentido y expresó su preocupación para que temas como los ruidos, el deterioro ambiental, la inseguridad ciudadana, la difícil accesibilidad, etcétera., fueran atendidos por gobiernos, agentes y promotores.

Desde entonces, el tema del medio ambiente es prioritario en el debate internacional. Ningún país puede dejar de preocuparse por la ecología. La cooperación internacional, las donaciones, los acuerdos con los organismos multilaterales, el apoyo a las ONG, etc., están vinculados a su tratamiento, protección y defensa.

Estos factores me impulsaron a poner más atención en el sector.

En 1990 el sector me abrió sus puertas nuevamente. Ese año fui elegido diputado por Lima. Como tal, y durante dos años, gracias a la generosidad

de mis colegas parlamentarios, presidí la Comisión de Industria, Comercio, Turismo e Integración de la Cámara de Diputados del Congreso de la República. Entonces, además de otras leyes, fui gestor y coautor de la Ley de Zonas Francas y de la Ley de Promoción Turística.

Hubo otras iniciativas en marcha, pero el autogolpe del 5 de abril de 1992 las ahogó.

La confirmación del rol decisivo que representa la promoción del turismo y del turismo propiamente dicho en el desarrollo de países emergentes, como el Perú, estaba en mi carpeta de trabajo, acaso alentando la esperanza de una nueva oportunidad para movilizar voluntades y maximizar los efectos positivos.

El cambiante escenario mundial y la toma de conciencia de una sociedad global permeable a estilos de vida sencillos confirmaban la visión de reconvertir y relanzar el turismo. ¿Cómo? Con una agenda común entre todos los actores que permita trazar objetivos, metas, estrategias y trabajar en equipo; creando un entorno amplio y comprometido; potenciando la acción promotora y facilitadora del Estado; impulsando a la empresa privada para que sea protagonista del cambio, fortaleciendo las organizaciones de la sociedad civil para que contribuyan a mejorar la calidad de los servicios; y, entre otras iniciativas, diversificando la oferta con nuevos y mejores productos turísticos.

El último punto es crucial en cualquier diseño de políticas públicas sobre turismo. Pensaba que a largo plazo Machu Picchu, punto de referencia en el que hemos basado nuestras promociones en los mercados emisores, colapsaría por factores periféricos (como el desordenado crecimiento poblacional del distrito Machu Picchu Pueblo) y su capacidad física. La ciudadela no está en condiciones de recibir, en simultáneo, más de tres mil turistas por día.

Así, a fines de la década de los 90, el consenso era dar un giro de 180 grados a la política del sector para convertir el turismo en una de nuestras ventajas competitivas. Éramos un país con limitaciones en crecimiento y desarrollo económico, pero inmensamente rico en cultura y biodiversidad, en climas y paisajes.

Michael Porter, estudioso del qué es lo que hace que las empresas de un país sean competitivas en el ámbito global y examinador de las etapas de desarrollo competitivo a través de las cuales las economías nacionales pueden mejorar, enfatiza por entonces esta tesis en su libro “La ventaja competitiva de las naciones”: cada nación posee, en mayor o menor grado, lo que los economistas han dado en denominar factores de producción. El turismo para el Perú era y es factor sustancial.

La vida me dio una tercera oportunidad en el 2001, cuando el pueblo eligió, en junio de ese año, al doctor Alejandro Toledo Manrique presidente constitucional para el período 2001-2006. Con él salí elegido primer vicepresidente de la República y, gracias a su generosidad que me permitió integrar su Gabinete Ministerial, fui nombrado titular del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, y luego ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Decididos a convertir el turismo en una actividad relevante para el desarrollo y en distintivo de nuestra identidad, impulsamos la creación de este ministerio, señalando el punto de partida de una nueva etapa. Incluso antes del 28 de julio del 2001, por primera vez en la historia de la República, invitamos a unas 60 agencias de viaje y operadores turísticos más representativos del mundo a la ceremonia de asunción simbólica del mando presidencial en Machu Picchu. Su impacto fue impresionante y una señal para iniciar desde ese momento una nueva posibilidad para la industria turística.

En abril del 2007, el presidente Alan García, anunció en Palacio de Gobierno que, con el objetivo de atraer a más turistas a nuestros destinos culturales, su gobierno pondría en valor importantes monumentos arqueológicos, como la fortaleza preíncá de Kuélap (Amazonas), las pirámides de Túcume (Lambayeque) y 272 monumentos prehispánicos en Lima. Fue al inaugurar la decimocuarta edición de Perú Travel Mart 2007, considerada por los operadores la bolsa de negocios del turismo peruano.

Dijo que se rehabilitaría el aeropuerto de Chachapoyas y que promovía la construcción de un teleférico para contemplar los monumentos arqueológicos. En su opinión, la fortaleza de Kuélap, cuya antigüedad data del siglo XVII, es otro Machu Picchu y esperaba ver puesta en valor ante el mundo. Días antes, el presidente había visitado con su esposa

la majestuosa Kuélap (construida por la civilización Chachapoyas) y reconoció los trabajos que se ejecutaban allí.

Me causó satisfacción escuchar al primer mandatario referirse con esos conceptos, valoraciones y perspectivas al turismo y al complejo arqueológico. Hace pocos años, Kuélap estaba abandonada, con avanzado deterioro de sus edificaciones más importantes y en riesgo de colapso. “Junto con Machu Picchu, la fortaleza de Kuélap (...), aún hermosa, desconocida y envuelta en el misterio y la leyenda, es el mayor monumento arqueológico de los antiguos peruanos. Si esta ciudad-fortaleza estuviera en el Cusco, su difusión sería mucho mayor, pero como está en una zona marginada de los circuitos turísticos, es poco visitada”, decía la prensa especializada.

Lo primero que hicimos al asumir la responsabilidad del sector turismo, en el 2001, fue diseñar una política de Estado de largo plazo, cuya aplicación significaría modernizar el rumbo del turismo y de la artesanía. ¿Cómo? Descubriendo el valor económico de productos como Kuélap, abriendo otros destinos con infraestructura adecuada y resolviendo la cadena de debilidades que trababan su camino, tales como: base pequeña de crecimiento, desconectividad aérea, mercadeo deficiente, inseguridad, etcétera. Modestamente, creo que hicimos mucho en el lapso que estuve en el cargo: de julio del 2001 a noviembre del 2003.

Este libro registra lo principal de nuestra obra. También revela la dinámica de un nuevo enfoque de trabajo en equipo, planeamiento estratégico, y decisiones oportunas, técnicas y sostenibles.

Como veremos más adelante, una de nuestras principales tareas fue el relanzamiento de Kuélap como nuevo producto y destino turístico. A fines de noviembre del 2007, ese anhelo se avizoraba como una realidad, ya que era vista por operadores y viajeros del mundo como el segundo Machu Picchu, con la ventaja de que Kuélap tiene mayor extensión.

No hubiera sido posible avanzar en ese propósito sin los recursos económicos provenientes del Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional (Ley 27889), cuya propuesta, discusión y aprobación por unanimidad en el Parlamento fue decisiva para el golpe de timón que permitió consolidar el sector a partir del 2002.

Quiero agradecer a mis colaboradores. Fueron muchos los funcionarios que dedicaron esfuerzo, tiempo y lo mejor de su talento y conocimiento para poner en práctica las decisiones e iniciativas tomadas en mi gestión como ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Guardo especial deferencia y gratitud al arquitecto Ramiro Salas Bravo, quien, como viceministro de Turismo y gran profesional vinculado por largo tiempo a la industria turística, fue autor e impulsor de muchos e importantes proyectos que se describen en este libro. Aún más: que quede claro que mucho del diagnóstico del sector, además de los planes y lineamientos de trabajo que logramos impulsar en el Mincetur (que se relatan en el presente texto), formaban parte de su abultado portafolio personal.

Igualmente mi agradecimiento al doctor Carlos Canales, ex presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), con quien durante su gestión trabajamos y coordinamos cada iniciativa importante que provenía del ámbito privado. De la misma manera mi reconocimiento a los ex presidentes de Canatur y miembros de su Consejo Consultivo. A los empresarios José Koechlin, amplio conocedor del sector e impulsor del desarrollo hotelero, y a Johnny Schuler por su invalorable apoyo en la promoción del pisco como política de Estado. Asimismo, al ingeniero Jorge Chávez, quien como Director Ejecutivo del Plan Copesco Nacional y Director Nacional de Desarrollo Turístico, inyectó su experiencia como constructor para ejecutar a tiempo la gran cantidad de proyectos que desarrollamos, como nunca antes en la historia del turismo nacional.

Este libro registra la bitácora de un trabajo arduo en un tiempo corto pero fecundo, de lo hecho con intensidad y pasión en un sector al que me uní hace tres décadas. Sus páginas dan cuenta de la obra realizada que se ve, se conserva y perdura.

Por lo demás, en democracia tan importante como el mentor, guía o conductor político o ideológico es el gerente o el ejecutor de proyectos y obras en beneficio del bien común. Al final eso es lo que importa.

Febrero de 2008

PRESENTACIÓN DEL LIBRO EMPRENDIMIENTO, VISA PARA EL ÉXITO.

Texto del libro *Emprendimiento, visa para el éxito*.

¿Quién es un emprendedor? El que crea nuevos productos y servicios, nuevas empresas y sectores, es el motor del crecimiento económico, el que busca su sueño y tiene una meta. ¿Cuál es su característica esencial? La capacidad de innovar. ¿Qué significa innovar? Aplicar nuevas ideas, conceptos, prácticas, ejecutar un invento. ¿Para qué? Para incrementar la productividad o el valor de un producto o de un servicio.

Sin pretender teorizar sobre el origen y el quehacer del emprendimiento podríamos decir que, probablemente, esas preguntas y sus respectivas definiciones están en toda persona que, en algún momento de la vida, decidió construir un mañana mejor para sí y para su familia, poniendo en marcha el sueño de una empresa propia.

Esa aspiración es tan antigua como la humanidad, porque la mayoría, de una u otra manera, en la ciudad o en el campo, en la universidad o en su centro laboral, se ha asomado a actividades de emprendimiento, aunque muchos se quedaron en la intención o fracasaron en el trayecto; otros, los menos, los más perseverantes y con mayor conocimiento sobre lo que hacían, siguieron el rumbo hasta hacer realidad su sueño.

Fue Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), un destacado economista que llegó a desempeñar la cartera de Finanzas de Austria (1919), quien reconoció al emprendedor —a comienzos del siglo pasado— como centro del sistema económico, dado que la ganancia proviene del cambio y este es producido por el emprendedor-innovador.

Si nos pidieran ejemplos de emprendedores exitosos podríamos citar los siguientes casos emblemáticos: a principios del siglo XX, Henry Ford (industrial estadounidense, inventor de la industria de los vehículos a motor); hacia 1970, Steve Jobs (presidente de Apple, inventor de la plataforma para edición gráfica) y Bill Gates (fundador de Microsoft, la

primera empresa de software). Ellos, tal vez sin proponérselo, fueron actores principales de las revoluciones tecnoproductivas en Estados Unidos que situaron a ese país como potencia mundial.

Salvando las obvias distancias con sus áreas de acción y el volumen de riqueza generada por los estadounidenses, el Perú también muestra numerosos casos de emprendimiento dignos de elogio y reconocimiento, algunos de los cuales se mencionan en este trabajo. Confiamos en que en un futuro no lejano los triunfadores sean la mayoría. No unos pocos.

Transitar por el camino del emprendimiento desde mi adolescencia, y estar vinculado desde entonces al quehacer educativo, me lleva al convencimiento de que la llave de un emprendimiento exitoso está en un entorno familiar y amical proactivos y en el sistema educativo que brinde al alumno los conocimientos que estime necesarios; además, debe poner especial atención en desarrollar la imaginación y la creatividad. Otras veces es la misma necesidad la que nos impulsa a dar ese paso decisivo en la vida.

El crecimiento del emprendimiento ha sido espectacular en las últimas décadas. Como afirma Larry Farrell en esta publicación, “la mayoría de economistas está de acuerdo con que el emprendimiento es la fuerza que dirige la economía del mundo actual. El 90% de los trabajos del mundo es creado por pequeñas empresas”.

Una de las razones que explican la importancia de este sector es la innovación. La estudiosa Elsa Petit Torres (“La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico”. Revista de Ciencias Sociales, v.13 n. 3. Maracaibo, Venezuela, dic. 2007) remarca esa apreciación al subrayar lo siguiente:

“La innovación es la herramienta específica de los emprendedores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza”.

Citando a Peter Drucker (“La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios”, 1994), Petit puntualiza: “La innovación crea un recurso. No existe tal cosa hasta que el hombre organizado de manera colectiva encuentra la aplicación de algo natural y, entonces, lo dota de valor económico”.

Ejemplos de lo expuesto por Drucker existen muchos en el mundo, tanto en los países altamente industrializados como en aquellos en vías de desarrollo.

Elsa Petit pone énfasis en la innovación, a la cual califica como “la más importante fuente de cambio en la cuota de mercado entre firmas competidoras, y el factor más frecuente en la desaparición de las posiciones consolidadas. Esto significa que es una variable determinante en la competitividad (Porter: 1999, McConnell y Blue: 2001), aunque también tiene efectos económicos en el crecimiento, empleo, renta y en el bienestar social. De allí su verdadera importancia económica como variable endógena”.

Uno de los casos más recientes y conocidos en el Perú lo constituye AJEGROUP Perú, de la familia Añaños. Como una pequeña empresa nació en Ayacucho, en la sierra central del Perú, fabricando su bebida Kola Real, desde donde se desplazó a Huancayo (departamento de Junín), luego a Bagua (departamento de Amazonas) y Sullana (departamento de Piura) para llegar, una década después, a la ciudad de Lima.

El producto primigenio de esta empresa no solo obligó a la competencia a bajar de precio, sino que también amplió el mercado nacional al igual que en otras líneas de producción, como agua embotellada, bebidas isotómicas, néctares y, últimamente, cerveza.

AJEGROUP Perú ahora es una transnacional. Sus productos han ganado cuotas importantes en los mercados de Centroamérica, México, Venezuela y Tailandia. Previamente lo hizo en el Perú.

Lo que anhelamos los emprendedores es que casos como el de la empresa de los Añaños se multipliquen, porque en esa medida se brindará nuevas

opciones a los consumidores, crecerá el mercado y, sobre todo, se dará trabajo a miles de compatriotas.

Existen factores innatos para el triunfo de un emprendedor, pero es indispensable que el Estado, la empresa privada, las entidades crediticias, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil entiendan y reconozcan la relevancia de este sector en la economía nacional; y al mismo tiempo, se allane el camino para que miles de ideas de negocios acariciadas por jóvenes se hagan realidad.

Si queremos un mañana mejor para nosotros y nuestras familias, si queremos un futuro con mayor equidad como sociedad, donde disminuya la brecha entre los que más tienen y los que menos tienen, entendamos que debemos apoyar al emprendimiento.

Necesitamos internalizar la cultura del emprendimiento en todos los sectores socioeconómicos del país, porque solo el Estado no podrá solucionar el problema del empleo, cuando anualmente más de 350 mil jóvenes se incorporan a la población económicamente activa. Por lo demás, es indispensable que los jóvenes empiecen a sepultar esquemas hoy obsoletos, como el que la empleocracia estatal o privada es la única opción laboral, negándose otras posibilidades de desarrollo profesional.

La Organización San Ignacio de Loyola trabaja en este sector más de una década, pero el país necesita más actores en esta tarea. No solo formamos profesionales humanistas, emprendedores y líderes con visión empresarial, que investigan y contribuyen al desarrollo sustentable de la sociedad peruana, sino que también contribuimos con la evaluación de proyectos y la viabilización de ayuda crediticia para proyectos empresariales, a través del concurso Creer para Crear que organiza PROBIDE.

PROBIDE nació en mayo de 1998. Desde entonces hasta la fecha ha organizado cuatro concursos (y estamos ad portas de lanzar la quinta edición) donde participaron con sus proyectos 14.457 jóvenes emprendedores. Tenemos cien proyectos ganadores: 60% de provincias y 40% de Lima. Están en las áreas de producción y servicios. Se dirá, y

tal vez con razón, que esa cifra es pequeña, pero el camino es difícil y no exento de dificultades, como las vividas con los promotores de ocho empresas que se siniestraron.

Las empresas surgidas al calor de PROBIDE facturan en promedio unos 10.000 soles mensuales y generan en promedio cuatro puestos de trabajo cada una. Al presente año se ha otorgado US\$1'075.000 en créditos y en garantías US\$644.090. Este valioso aporte fue posible gracias a la ayuda del Banco Interamericano de Desarrollo a través de un proyecto inicial de US\$2'375.000, de los cuales proporcionó US\$815.000. PROBIDE y las empresas garantes locales aportaron la diferencia.

También establecemos espacios de reflexión sobre las dificultades que se nos presentan y las posibles soluciones, intercambiando experiencias y construyendo redes de ayuda.

Precisamente, el Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial-Ímpetu Empresarial: Oportunidad para las Mayorías, cuya decimoctava edición tuvo como sede a Lima, fue un ágora de reflexión y análisis sobre las posibilidades del emprendimiento, sus proyecciones y dificultades. Además, una excelente oportunidad para dialogar y ampliar nuestros conocimientos con jóvenes y especialistas de otros países de la región.

Este Decimoctavo Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial-Ímpetu Empresarial: Oportunidad para las Mayorías, clausurado por el actual ministro de la Producción, ingeniero Rafael Rey, fue organizado por la Universidad ICESI, de Colombia, y la Escuela de Posgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola.

La próxima edición se llevará cabo en la Universidad Federal de Santa Catalina, en Florianópolis, Brasil, como lo anunció Sergio Woll, coordinador de apoyo administrativo del centro tecnológico de esa casa de estudios.

En Florianópolis y en eventos venideros seguiremos fortaleciendo nuestro espíritu emprendedor como en los congresos realizados en México (dos

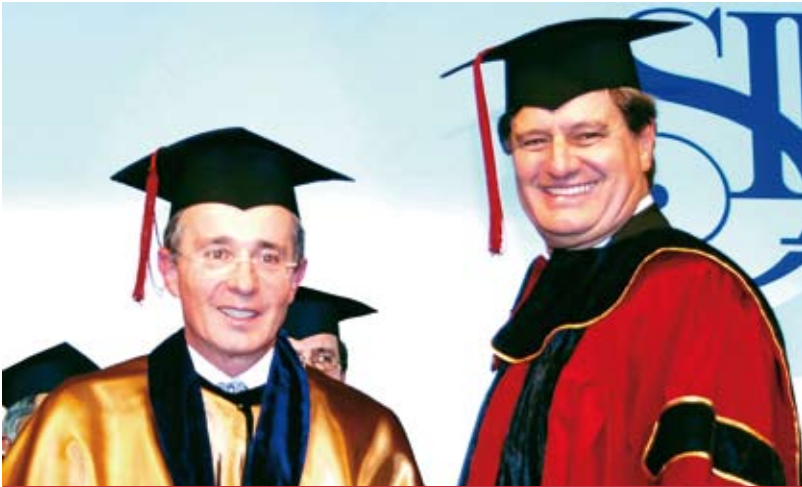
veces), Puerto Rico, Costa Rica, Panamá, Chile y Colombia. Como adelantara Sergio Woll, una de las metas del decimonoveno encuentro es formar grandes grupos con tendencia de crecimiento.

Este libro es una compilación de las ponencias presentadas los días 6, 7 y 8 de noviembre del 2007 por expertos internacionales en el tema, expositores de organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo, de organizaciones no gubernamentales, de dependencias públicas y de la empresa privada. Igualmente, de hermosas historias de emprendimiento exitoso y testimonios de jóvenes empresarios triunfadores, y el diálogo franco y enriquecedor con los participantes.

La Organización San Ignacio de Loyola expresa su reconocimiento a los conferencistas y a los representantes de instituciones que hicieron posible el congreso con el Premio Espíritu Empresarial, que es un arbolito adornado con huairuros (de color rojo y negro), conocidos en el Perú como la semilla de la buena suerte.

Mayo, 2008

Galería gráfica



El presidente de Colombia, Álvaro Uribe Vélez, recibió de la Universidad San Ignacio de Loyola, el 15 de mayo de 2008, el grado de Doctor Honoris Causa en Humanidades. En la foto, flanqueado por el presidente de esa casa de estudios, Raúl Díez Canseco Terry.



Previo a la ceremonia, Díez Canseco junto al presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Luis Alberto Moreno; y la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Mercedes Araoz.



El 23 de enero de 2008, ocasión en que cumplió un año más de vida, Raúl Diez Canseco anunció a seguidores y amigos su retorno a la política activa y a la militancia partidaria mediante a Acción Popular, partido del cual, dijo, nunca renunció.



El viernes 4 de abril de 2008, Ex parlamentarios y congresistas de la República reafirmaron su vocación democrática en la Sala Raúl Porras Barrenechea del edificio legislativo. En la foto, Diez Canseco haciendo uso de la palabra. "Nunca más", dijo al recordar el quiebre constitucional del 5 de abril de 1992.



Presentación del libro Turismo, la gran oportunidad, que resume su gestión de dos años frente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2001-2003).



Promoviendo cultura emprendedora en uno de los certámenes organizados por los estudiantes de Administración de Lima Metropolitana.



Con los ganadores del Cuarto Concurso Nacional Creer para Crear, que promueve la ONG Probiide. Con ellos, suman más de 100 pequeñas empresas a nivel nacional.



Diversos momentos que grafican la intensa actividad que desarrolla en el plano solidario. Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Huaycán, Carabayllo, son algunas zonas beneficiarias de programas educativos en el campo de la tecnología informática. También se lleva a cabo chocolatadas

PARTE II

Exposiciones

EXPOSICIÓN EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE CHILE

“LAS RELACIONES ENTRE PERÚ Y CHILE”.

Auditorio de la Universidad Santo Tomás de Chile.

Jueves 13 de septiembre de 2007, 19 hs.

Buenas noches a todos.

Señor Gerardo Rocha Vera, presidente-fundador de la Corporación Santo Tomás.

Señor Rodrigo Alarcón Jara, vicepresidente Ejecutivo.

Señor Ing. Jaime Vatter Gutiérrez, rector de las instituciones Santo Tomás.

Señores miembros del cuerpo diplomático.

Apreciados amigos:

Cuando recibí la cordial invitación de mi buen amigo Gerardo Rocha Vera, Presidente-Fundador de la Corporación Educativa Santo Tomás, confieso que sentí una profunda emoción.

No por el hecho en sí que constituye de alguna manera un reconocimiento de la Universidad Santo Tomás hacia quien brinda la exposición, sino por la oportunidad que representa el podio de esta prestigiosa casa de estudios, para dirigirme desde ella a un selecto auditorio y reflexionar con él sobre el presente y futuro de las relaciones entre Perú y Chile.

Compartimos con Gerardo -al igual que la Organización San Ignacio de Loyola de Perú con la Universidad Santo Tomás-, nuestro compromiso con la formación integral de nuestros jóvenes, con la educación de calidad, la creatividad, la innovación, la tecnología y la empresa. En suma: nuestro compromiso con el desarrollo.

Ello significa que tenemos que tener un sistema educativo de alto nivel competitivo. Si no es así, estaríamos desaprovechando el potencial productivo y creador de riqueza de nuestros países.

Son temas del presente y de gran proyección a futuro.

No hay futuro sin presente. El futuro es el lugar donde viviremos, el presente es el momento en que debemos edificar ese futuro que queremos.

En otros ámbitos, éste es el período en que, más allá de sus eventuales diferendos que Dios y la justicia sabrán dirimir en su momento, Perú y Chile deben emprender proyectos comunes orientados a dinamizar y potenciar la diplomacia económica.

Esto con miras a encarar y tener éxito en un mundo cada vez más dinámico, hipercompetitivo, inevitablemente integrado y, sobre todo, interdependiente.

Todos necesitan de todos. Ninguno es autosuficiente.

UNA HISTORIA DE MARCHAS Y CONTRAMARCHAS

Chile y Perú están próximos a cumplir dos siglos de existencia republicana. Nuestros bicentenarios se acercan. El 2018 y el 2021, respectivamente, ambas naciones cruzarán la frontera de los 200 años de existencia como naciones soberanas.

Sin embargo, a dos centurias de haber luchado y logrado juntos desprenderse del dominio español; de haber compartido como nunca el ideal común de la libertad y la autonomía, nuestras relaciones permanecen aún signadas por encuentros y desencuentros, marchas y contramarchas, celos y recelos.

La pregunta es si ambos países pueden seguir mirando el pasado, atendiendo nubarrones y removiendo heridas como referentes del devenir político, diplomático, económico y comercial.

O si, por el contrario, en sólida alianza estratégica ambas naciones pueden encarar el futuro y sus oportunidades con decisión y aplomo en busca del crecimiento armónico, desarrollo sostenido y, por consiguiente, del bienestar de sus pueblos.

No olvidemos de que chilenos y peruanos se organizaron, hace más de dos siglos, en movimientos emancipadores en busca de la libertad y la independencia.

Los historiadores destacan cómo patriotas chilenos liderados por Bernardo O´Higgins, prócer de la independencia de Chile, se unieron al general don José de San Martín en la expedición libertaria del Perú, luego de haber asegurada la independencia de Chile.

Precisan las fuentes históricas que en el momento de pisar el suelo peruano, las tropas expedicionarias estaban integradas por 2.451 soldados argentinos y por 1.938 chilenos.

Sin duda, fueron momentos claves de una historia común donde peruanos y chilenos lucharon juntos por el proyecto de naciones independientes.

Lamentablemente, por razones no del todo claras porque se habla de intereses de élites político-económicas de ambas naciones que los provocaron, vendrían luego los conflictos de Chile con la Confederación Perú-Bolivia y la Guerra del Pacífico con las consecuencias que todos conocemos.

En este largo período, que discurre desde fines del siglo XIX hasta el 2000, las relaciones entre Perú y Chile no fueron las deseadas.

Sin embargo, no todo fue funesto a lo largo del tiempo transcurrido. Hubo también hechos de grata recordación.

Como el gesto de nuestro almirante Miguel Grau en plena Guerra del Pacífico, quien, el 21 de mayo de 1879, respetuoso de las reglas de la guerra y de la vida humana, rescató sin ninguna duda a los sobrevivientes del buque Esmeralda hundido por el monitor Huáscar.

Luego, entregó los restos del comandante Arturo Pratt a su esposa, previo un intercambio epistolar que todos admiramos por la generosidad, caballerosidad, de su contenido.

Posteriormente, el 10 de julio de ese mismo año, Grau decide intervenir el transporte Matías Cousiño. En lugar de dispararlo sin mayores trámites, ordena a la tripulación que abandone la nave antes de hundirla, y mientras la tripulación hacía el abandono de la nave aparece un acorazado adversario. Solo entonces decide abandonar el lugar. Pero salvó vidas.

Leamos qué nos dice sobre este episodio el historiador José Agustín de la Puente Candamo:

“... La presencia de buques adversarios impide continuar la acción sobre el Matías Cousiño. En todo caso el comandante del buque Castleton, agradece a Grau diciendo que, “el comandante Grau ha tenido mucha consideración con nosotros, porque nada habría sido más fácil que sacrificarnos y echar el buque a pique, sin decirnos antes que lo abandonaríamos en los botes”. Al responder al comandante del Matías Cousiño, Grau simplemente dice que su alusión se debe a un “simple sentimiento de humanidad” y que no merece ninguna gratitud. A la vez, agradece al comandante del Matías Cousiño el cajón de vino que le ha remitido y le manifiesta que “no dejaré de beber a su salud como usted me lo pide”...

Aquí, hago un breve paréntesis para contarles un episodio algo personal; es una confesión. En este mismo contexto, el Huáscar había incursionado en la bahía de Antofagasta y permanecido varias horas en el lugar. Pero tuvo poca fortuna cuando disparó un torpedo: éste, por haberse estropeado su mecanismo de guiado, hizo un amplio círculo y se volvió contra el propio monitor.

Eran las cuatro de la mañana del 24 de agosto de 1979, cuando la situación era crítica. Había que desviar al torpedo a toda costa. Fue aquí cuando el teniente Fermín Diez Canseco se lanzó al mar, desvía al torpedo, y es socorrido y rescatado en medio de la oscuridad.

La confesión es que soy descendiente directo de Fermín Diez Canseco.

Queridos amigos:

¿Por qué pongo énfasis en Miguel Grau? Porque es hoy para todos nosotros, los peruanos, el ciudadano más admirado de todos los tiempos. Representa a la patria.

Otro hecho significativo, en el largo camino de los gestos comunes, es que Perú albergó en el siglo XIX los últimos años de su vida y los restos del padre de Bernardo O´Higgins.

Otros eventos importantes, que moderan las tensiones de la posguerra del Pacífico. Merecen destacarse:

- La defensa conjunta, a mediados del siglo XX, de la soberanía de las doscientas millas.
- La declaración, en 1987, del presidente Alan García, en su primer Gobierno, afirmando que el Perú no sería obstáculo para un acuerdo que pudieran alcanzar Bolivia y Chile.
- Suscripción en 1999 del Acta de Ejecución de las Cláusulas Pendientes del Tratado de 1929 y su Reglamento.
- El establecimiento a fines de la década de los 90 de las primeras medidas de confianza mutua, entre las que destaca la creación de un mecanismo de consulta anual permanente y de diálogo fluido entre los estados mayores de las fuerzas armadas de Perú y Chile.
- Visita de Estado del presidente Ricardo Lagos a la toma de mando del ex presidente Alejandro Toledo, en 2001.
- Visita de Estado del presidente Alejandro Toledo a Chile en el 2002.

- **Declaración conjunta de los ministros de Defensa de ambos países en julio de 2005, en la que señala que las adquisiciones de armamento corresponden a procesos de renovación.**
- **Visita a Perú del presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle a los funerales del ex presidente Valentín Paniagua de Perú.**
- **Las visitas y condecoraciones recíprocas de los comandantes en jefe de los ejércitos del Perú y Chile.**
- **Develamiento del busto de Bernardo O´Higgins en el Panteón Nacional de los Próceres de la Independencia.**
- **Reconocimiento al heroísmo del soldado peruano, en marzo de 2006, en el Morro de Arica.**
- **Establecimiento del Consejo Empresarial Peruano-Chileno, que tiene como principal objetivo la profundización y diversificación de las relaciones de cooperación de carácter económico entre los dos países, especialmente en lo que respecta a inversiones y comercio.**
- **Visita de la presidenta Michelle Bachelet con motivo de la asunción de mando del presidente Alan García, en julio de 2006.**

Esta es una apretada síntesis de nuestra común historia. Los hechos demuestran que a lo largo de casi 200 años de vida republicana, hubo momentos funestos en nuestras relaciones, pero también de gestos de gran hermandad y solidaridad.

Es lo que tenemos que rescatar: el lado bueno de las cosas; lo que nos une y no divide.

BREVE HISTORIA ECONÓMICA

No siempre la política exterior camina de la mano con el comercio. Está claro, y lo dicen los indicadores económicos, que la situación política no afectó los vínculos económicos y comerciales entre ambos países.

Una relación que comienza antes de alcanzar nuestras independencias, cuando Chile nos vendía harina, trigo, frutas secas y madera, y el Perú colocaba azúcar, algodón y pisco.

Debemos preguntarnos, entonces, cuál es nuestro verdadero propósito en este siglo XXI. Sin estar firmemente convencidos de esto, corremos el riesgo de tropezar dos veces en la misma piedra.

...

A puertas de nuestros bicentenarios, las relaciones comerciales entre Perú y Chile, se reflejan en el crecimiento de la balanza comercial, así como la ampliación de las inversiones provenientes de los dos países.

La balanza comercial alcanzó la cifra récord de US\$ 2.238 millones en el 2006, de los cuales US\$ 1.420 millones correspondieron a exportaciones peruanas.

Según cifras empresariales, la inversión chilena en el Perú es de casi 5.300 millones de dólares. Se estima que las inversiones peruanas en Chile sólo alcanzan los US\$ 300 millones.

La diferencia es abismal. Sin embargo, el capital peruano está empezando a despegar en Chile, sobre todo en el sector servicios, en el que destaca la gastronomía, y al mismo tiempo están surgiendo oportunidades para invertir en la administración de hoteles.

En Chile trabajan actualmente unos 100.000 peruanos, que envían remesas al Perú por unos 57 millones de dólares anuales.

A todas luces, el Perú obviamente no sacó a tiempo provecho de la globalización. Factores políticos generaron en la década de los 70 una corriente estatista y de economía cerrada, lo que derivó en fracaso.

En cambio, Chile fue por otra dirección cuando hace 30 años atrás abrieron su mercado al mundo. Allí su éxito, hay que reconocerlo. Según el presidente del Capítulo Chileno del Consejo Empresarial Peruano-Chileno, Hernán Somerville, Chile tiene hoy un producto per capita de US\$ 14 mil.

Actualmente tiene 19 acuerdos comerciales con 54 países, el último de los cuales acaba de ser firmado con Japón. Estos mercados representan más del 75% del PBI mundial.

Este estado de cosas lo coloca, indudablemente, como uno de los países más abiertos e integrados de la economía internacional, sumamente atractivo para las inversiones.

Sin embargo, en la década de los 90, final del siglo pasado, hubo en Perú un giro en las decisiones políticas y económicas.

Gracias a ello se puso en marcha una economía de mercado, algunas de cuyos ejes, vinculados al campo social, fueron corregidos en los gobiernos democráticos presididos por los presidentes Valentín Paniagua, Alejandro Toledo y actualmente el presidente Alan García.

Hoy tiene siete acuerdos comerciales vigentes (Comunidad Andina de Naciones, MERCOSUR, Venezuela, Cuba, Singapur, etc), dos en proceso de negociación (Canadá, grupo EFTA –Asociación Europea de Libre Comercio-), dos por ratificar (Tailandia y Estados Unidos) y tres por iniciar conversaciones próximamente (China, Corea del Sur y la Unión Europea).

PERÚ: EXPORTACIONES CRECIENTES (Documentos y cifras oficiales)

El incremento de las exportaciones de 37% en el año 2006, fue posible gracias al alza de las cotizaciones internacionales, una sólida demanda por productos peruanos principalmente en los países con los que se cuenta con acuerdos comerciales, y la ampliación de la oferta y capacidades peruanas para participar en el competitivo mercado internacional.

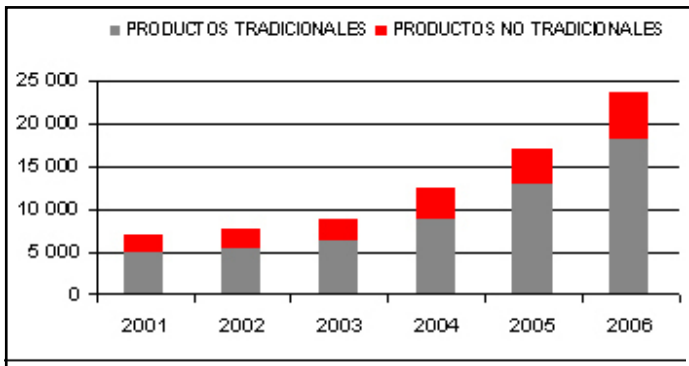
Más del 50% de las exportaciones peruanas corresponden a la actividad minera, principalmente de cobre, oro, molibdeno, plata, zinc, etc.

Pero el Perú también ha incrementado sustantivamente la mayoría de sus exportaciones no tradicionales.

En el caso de la agroindustria, actualmente el Perú es el exportador líder en el mundo de espárragos y páprika seca.

También aumentaron las exportaciones forestales, pesqueras, textiles y de confecciones, manufactureras, de joyería, metalúrgicas, servicios, etc. Las exportaciones del sector no tradicional presentaron un crecimiento total de 23% con respecto al año 2005.

Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales (En millones de dólares)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

En Latinoamérica el Perú es el primer productor de oro, plata, zinc, plomo y estaño, y el segundo de cobre, además de destacar en otros metales menos conocidos. Las exportaciones mineras ascendieron a unos US\$ 14 851 millones durante el año 2006, creciendo 50% respecto del año anterior.

Lo notable del proceso de apertura al comercio internacional por el que ha optado el Perú es que en los últimos años ha generado múltiples polos exportadores regionales que requieren -y a la vez justifican- inversiones cada vez mayores en su infraestructura pública y productiva, aspecto en el cual el país viene promoviendo diversos proyectos en forma de Asociaciones

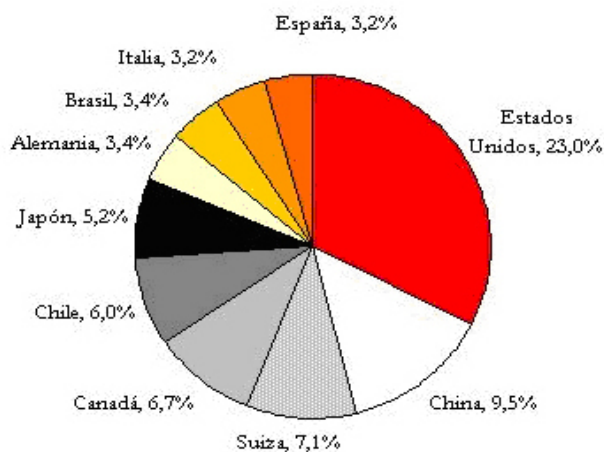
Público Privadas (APP).

Principales destinos de exportaciones 2006 (En dólares)

| | País | Monto (USD) |
|----|----------------|--------------------|
| 1 | Estados Unidos | 5 467 581 346 |
| 2 | China | 2 267 276 964 |
| 3 | Suiza | 1 682 985 277 |
| 4 | Canadá | 1 592 353 865 |
| 5 | Chile | 1 421 518 592 |
| 6 | Japón | 1 229 763 984 |
| 7 | Alemania | 811 950 429 |
| 8 | Brasil | 809 357 724 |
| 9 | Italia | 761 401 050 |
| 10 | España | 761 216 598 |

Fuente: SUNAT

Principales destinos de exportaciones 2006 (En porcentaje)



Fuente: SUNAT

POTENCIALES SECTORES PARA LOS INVERSIONISTAS

Agronegocios

Las exportaciones agropecuarias han mostrado un crecimiento progresivo en el último lustro, pasando de US\$ 643 millones en el año 2000 a US\$ 1.786 millones en el 2006, lo cual supuso una tasa de crecimiento promedio anual del 18,6%. Este relevante incremento se logró gracias al desarrollo de una oferta bastante diversificada de la agricultura peruana.

Entre los principales productos agrícolas que encabezan la lista se encuentran el café y el espárrago, seguidos por la páprika, alcachofa, mango, pimiento piquillo, uva, azúcar, palta, platanos, cebollas, frijol, cacao, mandarinas, nueces, tara y aceitunas.

Es indudable que en los próximos años la lista seguirá aumentando sustancialmente.

Forestal

El bosque tropical del Perú es superado únicamente por Brasil en Latinoamérica. Presenta numerosas especies madereras con gran demanda internacional, incluyendo múltiples de gran calidad y alto valor comercial. Además, diferentes zonas de laderas y deforestadas se encuentran óptimas para el desarrollo de plantaciones forestales.

La capacidad de crecimiento que posee el país en el sector forestal es muy alta. Se estima que se puede llegar a exportar anualmente US\$ 3.000 millones de madera y sus derivados a un mercado mundial con una demanda que supera los US\$ 100.000 millones, dando trabajo permanente a más de 400.000 personas.

Pesca y acuicultura

El Perú es el segundo país pesquero del mundo y el principal productor de aceite y harina de pescado. Existen diversos recursos pesqueros por ser aprovechados en el mar peruano, además de excelentes condiciones para

la acuicultura, tanto en zonas marinas de alto afloramiento como en áreas continentales libres de contaminación y con climas estables durante el año.

En el 2005, el Perú exportó a 104 países, de los cuáles 80 adquirieron productos de consumo humano directo y 62 compraron harina y aceite de pescado.

Minería

Nuestra riqueza geológica, la disponibilidad de información catastral y geológica de calidad, la oferta de proveedores de primer nivel y el marco jurídico promotor de la inversión privada vigente en el país convierten al Perú en uno de los destinos más atractivos para la inversión minera en el mundo.

Prueba de ello es que en el 2005, el Metals Economics Group identificó al Perú —dentro de los planes de las principales corporaciones mineras del mundo— como el principal destino de la inversión en exploración en Latinoamérica, por delante de México, Chile y Brasil.

El Perú es un país de antigua tradición minera, tradición que mantiene y cultiva gracias a la presencia de empresas líderes a nivel internacional, que durante el año 2006 lo han situado como el primer productor de oro, plata, zinc, plomo, estaño y telurio en Latinoamérica, y el segundo de cobre, molibdeno y bismuto.

Textiles y fibras

Las exportaciones textiles y de confecciones peruanas superaron los US\$ 1.400 millones durante el año 2006, con un crecimiento del orden del 15,2% respecto del año 2005. El TLC con Estados Unidos permitirá extender el ingreso libre de aranceles de las confecciones peruanas a ese país.

La fina tradición textil en el Perú data de tiempos preincaicos y se sustenta en la alta calidad de los insumos utilizados, como la fibra de alpaca y el algodón Pima. La producción textil y de confecciones ha evolucionado en técnica y en diseño convirtiéndose en unos de los productos mejor cotizados en sus respectivas categorías a nivel internacional.

El desarrollo textil del país ha sido posible gracias al cultivo de fibras de excepcional calidad como el algodón Pima peruano (fibra extra larga) y el algodón Tangüis (fibra larga)

Además, el Perú es el mayor productor mundial de las fibras más finas de camélidos sudamericanos, entre las que se distinguen las de alpaca y vicuña, siendo esta última superior a la fibra de cachemira

Turismo

El Perú constituye una atractiva y potencial plaza de inversiones en el sector Turismo, al ofrecer marcado incremento en la demanda de servicios turísticos que requieren de nuevas inversiones ante el aumento sostenido de llegadas internacionales de turistas. Etcétera.

Servicios

El sector de los servicios tiene cada vez mayor participación en el Producto Bruto Interno tanto de los países en desarrollo como de las economías más desarrolladas. Comprenden principalmente las siguientes ramas: comercio, banca y seguros, transporte y comunicaciones, servicios públicos, salud y educación, servicios profesionales y personales, turismo, restaurantes y entretenimiento, talleres y reparación de maquinarias, equipos, etc.

Infraestructura

El país cuenta con un vasto territorio, una extensión territorial de 1,3 millones de Km² y un litoral marítimo de 3.080 Km. y una diversidad de recursos mineros, agrícolas e hidrobiológicos.

El Gobierno con la finalidad de reducir la brecha existente en infraestructura de transporte viene promoviendo las concesiones vía Asociaciones Público Privadas (APP), cuyo objetivo es el de asegurar la prestación por parte de un operador privado de un determinado servicio público o del uso de una infraestructura pública, respetando criterios de calidad y cobertura.

UN PUENTE AL FUTURO

Hoy en día, la palabra que mejor resume nuestras preocupaciones es “globalización”. Llegó para quedarse en nuestras vidas, y no hay otra alternativa: o estás a espaldas de ella o caminas de la mano con ella.

Los países como Chile, que tempranamente entendieron las ventajas de la globalización y que por ello, reitero, es hoy uno de los países más abiertos, convive, sin embargo, con temas aún no resueltos en el campo social, laboral, la distribución del ingreso, la igualdad de oportunidades, etcétera.

Es conocido por todos ustedes algunas debilidades de la economía, a saber:

- Se debilita en materia de competitividad porque no están llegando las inversiones deseadas. EE.UU., el mejor socio de Chile, ha dejado de invertir significativamente, según voceros de los gremios empresariales.
- Chile importa dos tercios de su energía. El suministro de energía en Santiago, el centro neurálgico de la economía de Chile, se ha vuelto menos seguro y más costoso, debido a que Argentina ha recortado las exportaciones de gas natural usado no sólo por los hogares de Santiago, sino también por las generadoras de electricidad y las industrias.

No obstante que el escenario internacional seguirá siendo favorable para nuestras economías, por lo menos el 2008, es posible que el ciclo de expansión sufriría algunos altibajos en el próximo lustro por cierta desaceleración de la economía norteamericana. De allí que nuestra diplomacia económica deberá seguir mejorando con el tiempo.

DIPLOMACIA ECONÓMICA

Por eso nuestra propuesta de la alianza estratégica entre Perú y Chile, de la cual hablamos.

En este sentido, no perdamos de vista la esencia de la diplomacia que radica en la promoción de los objetivos de nuestras naciones y la mejora del bienestar de nuestros pueblos.

En ese carril, la diplomacia económica deberá promover no sólo los intereses de los sectores individuales, sino los intereses generales de nuestras naciones.

Lo que se traduce, en última instancia, a crear en todo el mundo un ambiente más amplio y favorable en el que las empresas y las personas puedan trabajar y aumentar sus beneficios con una sensación de seguridad.

La política exterior del Perú, por las características del país como una sociedad en desarrollo con amplios niveles de pobreza, pero también con amplias posibilidades competitivas para la exportación, tiene que ser esencialmente económica.

La diplomacia económica es una opción seria para vincular la política exterior a las empresas y al comercio. Está concebida para promover las exportaciones, las inversiones y el turismo.

En esa orientación, se trabajará en cooperación con otras naciones para crear un entorno previsible y protegido por regímenes jurídicos estables. Una vez creado ese ambiente, el cometido se centra en el mantenimiento de ese entorno y en la obtención de continuas mejoras que lo perfeccionen.

Siempre hay factores de inestabilidad a largo plazo, y frente a esa posibilidad se debe actuar con anticipación para prever esos casos.

Algunos entendidos simplifican en el establecimiento de la “estabilidad jurídica” y la “previsibilidad” como la verdadera esencia de lo que constituye la diplomacia económica.

EPÍLOGO

Queridos amigos:

Creo que ambos países deberán compartir con optimismo una agenda de trabajo común, que signifique la conquista del Siglo XXI, que signifique más y mejores mercados mundiales; más y mejores inversiones; más y mejores sinergias y alianzas estratégicas para potenciar nuestra productividad y competitividad.

En este sentido, la globalización es un tema de vital importancia para la reflexión.

En este contexto, abordar los beneficios, las oportunidades, repercusiones y retos, sus efectos en la reducción de la pobreza, la generación de riqueza y empleo y la distribución de los ingresos, el comportamiento del sistema financiero internacional y los desequilibrios, entre otros asuntos, siguen siendo temas del día para los Gobiernos, sector privado, el mundo académico y los medios de comunicación, así como las organizaciones internacionales.

Se suman cuestiones fundamentales para Perú y Chile, como el comercio internacional y el desarrollo, las nuevas realidades geográficas y demográficas mundiales, la promoción de un entorno más propicio para fortalecer la capacidad productiva y la inversión, las mejoras del capital humano y el aprovechamiento de la investigación científica y de los nuevos conocimientos.

Con la convicción de peruano y militante de la integración latinoamericana, de la cual nos habló siempre Fernando Belaunde Terry, dos veces presidente del Perú y uno de los grandes precursores de la democracia peruana y continental, pienso que ha llegado la hora para que Perú y Chile, o al revés si lo prefieren, construyan juntos un puente al futuro; edifiquen un sólido camino para dejar atrás las marchas y contramarchas en las relaciones entre ambas naciones.

Pienso, como muchos peruanos, que Chile y Perú no pueden más “caminar de espaldas” a la modernidad. Además, desde la perspectiva de la economía, las fronteras nacionales ya no existen.

Debemos sellar por ello, como lo ha dicho el presidente Alan García, opinión que comparte la presidenta Michelle Bachellet, “una sólida alianza económica de mutua conveniencia”, que ponga un énfasis especial hacia los mercados asiáticos.

Termino diciéndoles que China y, en general, los mercados del Asia Pacífico, nos están esperando. En conjunto representa más del 50% del PBI mundial y más del 47% del comercio. En las próximas décadas será el motor principal de la economía mundial. No perdamos la oportunidad de trabajar juntos.

Gracias por escucharme, y que Dios los bendiga.

PERÚ EMPRENDEDOR UN SUEÑO HECHO REALIDAD.

Piura, martes 20 de noviembre de 2007.

Muy buenas tardes a todos
Amigas y amigos:

Mi profunda gratitud a los organizadores y desarrolladores de este gran evento académico-empresarial, por invitarme a compartir con ustedes lecciones de vida, experiencias y reflexiones sobre el mundo que nos rodea y el futuro del Perú.

El ambiente universitario, la vida académica se caracteriza por la formación integral como personas, lo que tiene que ver con el servicio al país, crecimiento espiritual y el desarrollo de su conciencia frente a la sociedad en la que les tocará vivir.

En todo orden de cosas, vivimos momentos cruciales, de cambios constantes que no se detienen. También en el campo de los negocios, donde las redes de comunicaciones y las formas de producción a escala planetaria, generan cada día nuevas estrategias de investigación, administración, gestión, marketing, distribución y comercialización.

Es que la globalización no es estática sino un proceso continuo de fuerzas dinámicas. Implica la inexorable integración de mercados, estados y tecnologías, llevada a un nivel nunca antes visto, permitiendo a individuos, empresas, y naciones llegar a mercados cada vez más lejanos, con mayor rapidez e intensidad y a menor costo que nunca.

Y aunque los críticos del proceso señalan que la globalización “ahoga” a las naciones menos avanzadas del mundo, porque las condena a seguir dependiendo de las exportaciones de materias primas, no olvidemos que la globalización tiene efectos directos en las oportunidades de desarrollo. El comercio es uno de los factores.

El Perú no es ajeno a estos cambios.

Ha sido siempre un país con enormes potencialidades, tanto en recursos naturales como en recursos humanos. La naturaleza le ha dotado no sólo de una colosal despensa física que yace o en el mar, en la costa, en la sierra, en la selva o en el subsuelo, sino también de una variedad de climas y pisos ecológicos que generan ventajas comparativas y valor añadido.

Su gente, heredera de una milenaria cultura que se caracterizó por cultivar, entre otros valores, la laboriosidad, disciplina y la solidaridad, ha sabido enfrentar con sabiduría los diversos ciclos de recesión y crisis económicas, y registrar a través de su historia sorprendentes aportes que reflejan creatividad e innovación en algunos procesos de transformación de materias primas.

Hubo una frase que identificaba a nuestro país: «Vale un Perú».

¿Pero, qué nos pasó en los últimos 30 años para habernos estancado en el rubro país subdesarrollado? ¿Por qué nuestras ventajas comparativas no las hemos convertido en ventajas competitivas?

Las explicaciones son varias. Desde mi punto de vista fue la dictadura del general Juan Velasco Alvarado (1968-1975), quien nos desvió de la corriente progresista en la que estábamos evolucionando hasta casi fines de los años 60, para incorporarnos a la corriente de los países no alineados y de economías cerradas.

Chile hizo todo lo contrario y abrió su economía al mundo. Allí están los resultados, porque hoy es una de las naciones que ha crecido rápidamente y logrado reducir la pobreza hasta en 15%.

No fue si no hasta comienzos de la década de los 80, cuando el presidente Fernando Belaunde da un giro en el rumbo económico y convierte a un Estado populista a un Estado facilitador y promotor del desarrollo. Se da cuenta que no podía haber crecimiento sin infraestructura básica; es decir, sin carreteras, aeropuertos, puertos, centrales hidroeléctricas, irrigaciones, satélites, etc.

Factores externos a las políticas de Gobierno, como la crisis de la deuda externa, el fenómeno de El Niño y la irrupción de la violencia subversiva, no amilanaron su proyecto de dotar al Perú de infraestructura para el desarrollo.

Luego fue Mario Vargas Llosa quien con un mensaje frontal nos dijo en 1990 que los peruanos debíamos abrir la economía al mundo si queremos modernidad. Abrió la trocha del camino, cuyos resultados lo hemos percibido en los últimos seis años con un crecimiento sostenido de alrededor de entre 5 y 6% anual.

Gracias al presidente Alejandro Toledo, quien impulsó la apertura comercial y mantuvo la disciplina fiscal sin importarle su popularidad, y al presidente Alan García que ha sabido preservar las líneas matrices de la macroeconomía, los peruanos como nunca somos testigos de un nuevo ciclo económico.

Así, este año el Perú se acerca a producir 104 mil millones de dólares en producto bruto, las reservas internacionales netas (RIN) sumarán la cifra récord de 24.000 millones de dólares y las exportaciones cerrarían en US\$ 28 mil millones, lo que representaría un incremento de 17% en relación al año anterior.

De mantenerse las condiciones macroeconómicas actuales, será posible reducir en los próximos años el nivel de pobreza de 51% a 40%. La pobreza extrema podría reducirse en cinco puntos porcentuales y bajar de 20% a 15%.

¿Qué nos falta?

Que la microeconomía se desenvuelva como la macroeconomía, y que el crecimiento alcance a todos. Los indicadores señalan con claridad que vamos por buen camino. El consumo aumenta porque el Producto Bruto Interno (PBI) per cápita se acerca a los 4.000 dólares, luego de haberse ubicado en 2.000 dólares hace algunos años.

Esto tiene un gran impacto en el consumo pues una persona de ingresos bajos gasta hasta el 50% de su ingreso en alimentos, una persona de altos ingresos gasta 13%, en tanto que una persona de ingresos medios gasta por debajo de 30%.

Por otro lado, la productividad y la competitividad son las variables más dinámicas que se observan en la actual experiencia de fuerte crecimiento y, aún así, se puede ser más competitivos para mantener un crecimiento económico de 8% sin necesidad de financiamiento externo. La tendencia es al alza con mucho dinamismo de la inversión y el empleo, y no solamente en Lima o en la costa del Perú, sino también en todo el país.

Lamentablemente, no todo es color de rosa. La falta de capacidad de gestión para dar dinamismo a la inversión pública y acompañar el fuerte incremento de recursos fiscales que se registra, es el principal cuello de botella.

Allí está el detalle: no tenemos capital humano para secundar el dinamismo de la economía. Por eso es que por estas épocas, fines de año, muchos gobiernos regionales y municipales devuelven al tesoro público los fondos que no supieron invertir o gastar en proyectos productivos. Este es un factor que genera conflictos sociales.

¿Qué hacer? Mejorar nuestro capital humano formando profesionales altamente competitivos. Es el papel que les corresponde al Estado como promotor y a las universidades como instrumentos de gestión y formación educativa.

¿Pero, cuál es el papel que nos corresponde en estos tiempos de bonanza?

Entender el enfoque o las tendencias de nuestro tiempo. En la era industrial se aprendía para trabajar en una empresa, mientras más multinacional sea, mejor. En nuestra era del conocimiento y de las ideas se aprende a emprender, se deja las generalidades y hay rotación continua en el campo laboral. Aquellos tiempos en que uno ingresaba a una labor para jubilarse en un solo puesto ha llegado a su fin.

Queridos jóvenes:

Soy uno de los convencidos que la solución a los problemas del Perú pasa por promover y fomentar el espíritu empresarial y estimular el emprendimiento.

La empresa – la micro, pequeña, mediana y grande- sigue siendo la principal generadora de riqueza y de empleo en el mundo. El Perú no es la excepción...

Queridos jóvenes:

Durante mi trayectoria como profesional y empresario he conocido lecciones de vida de grandes líderes. Y la historia nos muestra testimonios increíbles de los emprendedores de negocios y de los emprendedores sociales que han dejado huella indeleble.

Hay cosas en común en todos ellos: 1) jamás se rindieron, nunca tiraron la toalla o patearon el tablero como se dice; 2) volvieron a intentar cada propósito, una y otra vez; y, 3) se emplearon a fondo, hasta el último aliento y nunca dieron un partido por perdido. Tuvieron garra.

Por supuesto que es duro fracasar en algo, pero es mucho peor no haberlo intentado. Cada fracaso supone un capítulo más en la historia de nuestra vida y una lección que nos ayuda a creer en nosotros mismos y, por consiguiente, a crecer como personas.

Se triunfa en la vida, levantándose cada vez que uno se cae en el camino. ¿Si uno no se esfuerza hasta el máximo, cómo saber dónde está el lugar que le corresponde? ¿Cómo se reclama después una ubicación de privilegio si no se hace nada para obtenerlo? ¿Cómo se va a ganar una lucha si se abandona?

Recuerden este pensamiento budista: “Un viaje de cien millas empieza con el primer paso”. Los invito a dar el primer paso.
Muchas gracias.

FORO FE DE EMPRENDEDORES

Sábado 21 de julio de 2007.

Muy buenos días,

Queridos jóvenes emprendedores:

En primer lugar, mis felicitaciones a todos por ser protagonistas de este evento, que organiza todos los años Junior Achievement.

En segundo término, mi gratitud por visitarnos en esta casa de estudios, vuestra casa... ahora y siempre.

Este foro, busca que los jóvenes participantes ejerciten habilidades prácticas de gestión de negocios como proyección de ingresos y gastos, las formas de hacer marketing, los mejores métodos para aumentar la eficiencia, la comunicación corporativa, resolución de problemas, toma de decisiones, trabajo en equipo.

Pero también busca colaborar en la formación de valores y estilos de vida saludable, mediante la promoción de espacios de reflexión personal y de comunidad, orientados a conocer nuestras fortalezas, debilidades, intereses y estilos de aprendizaje.

Ambos aspectos, management y valores, se complementan, se dan la mano, juegan en pared, como se dice en términos deportivos. De allí la importancia que Junior Achievement y la Universidad San Ignacio de Loyola otorgan a ambos conceptos.

Creemos que hoy en día, en una globalización galopante, la mejor inversión es ser buen ciudadano y emprendedor, que nunca desistan de construir su destino yarquitectar sus vidas. Que no teman a los cambios y sepan sacar provecho de ellos.

Además, necesitamos de peruanos ávidos por aprender, con coraje para abrir caminos, enfrentar desafíos, crear soluciones, correr riesgos calculados, sin miedo a errar.

Personas que logren ver los árboles, pero que también presten atención al bosque. Que tengan la percepción de todo y de cada parte.

Seres humanos justos, que inspiren confianza y demuestren lo mismo con sus aliados, estimulándolos, energizándolos, sin recelo a que le hagan sombra, y sí, enorgulleciéndose de ellos.

Personas que sepan administrar cosas y liderar personas.

En suma, de un nuevo peruano emprendedor que diga. ¡Esto con la ayuda de dios lo hice yo!

Estamos acostumbrados de culpar a todo el mundo de nuestros males, cuando en la mayoría de los casos los responsables somos nosotros mismos.

La gente ahora no vale por lo que sabe, sino por lo que hace con lo que sabe.

Las empresas ahora no compran tu tiempo, sino el resultado de tu tiempo.

Como ven, todo cambia, todo muta.

Veámoslo desde otra óptica. Hace una década hablar inglés era algo que distinguía, un valor agregado para obtener un mejor empleo. Actualmente es prácticamente un requisito, por ello es mejor que los niños aprendan un segundo idioma desde pequeños.

Hoy por hoy una persona que está buscando trabajo tiene que tener dos cosas, un título profesional, como mínimo, sino es que maestría, y el dominio de un segundo idioma.

Además, tiene que dominar la informática.

Hay que tener presente que los que cambian el mundo de hoy ya no son los políticos; son los jóvenes.

Una primera generación la integraron Bill Gates con Microsoft, Steve Jobs con Apple o Michael Dell con Dell Computer Corporation.

Una segunda generación la forman los fundadores de YouTube, Chad Hurley y Steve Chen; y los creadores del buscador Google, Sergey Brin y Larry Page.

Multimillonarios todos ellos; y, sin embargo, jóvenes con formación en valores.

Nadie apostaba demasiado por ellos al comienzo. Es que aunque **los innovadores y pioneros de proyectos en la red** son los que realmente crean mercados y fuerzan el desarrollo de Internet, es complicado que los inversores o las grandes compañías apuesten por ellos.

Una vez que sus aplicaciones están funcionando y tienen éxito, es cuando la mayor parte del capital llega a ellas.

¿Qué los une? gran autoestima (no cuesta nada), esfuerzo, perseverancia, creatividad, constante innovación y, entre otros valores, garra... aquello que le hace falta a nuestra selección de fútbol.

NO HAY OTRA RECETA PARA EL ÉXITO.

El camino del emprendedor no es fácil. Está lleno de obstáculos, vientos, tempestades y marejadas. Y, sin embargo, es fascinante y lleno de posibilidades.

Pero si quieres llegar arriba nunca te detengas. Cuantas veces caigas busca un peldaño, toma aliento y vuelve a empezar. Si finalmente las fuerzas no dan más, vivirás en paz porque sabrás que por lo menos lo intentaste.

Los entrepreneurs de nuestro tiempo están dispuestos a asumir riesgos para desarrollar su empresa. Tienen una gran determinación en el logro de los objetivos, sienten pasión por lo que hacen, y de esa forma superan los obstáculos que se les presentan.

Gracias a su visión, coraje y determinación en el objetivo buscado, alcanzan el éxito.

Jóvenes:

Finalmente una reflexión: en este mundo hay tres tipos de personas:

- 1 -Las que hacen que las cosas pasen
- 2 -Las que ven las cosas pasar
- 3 -Las que no se enteran de lo que ha pasado

Pregunto, ¿en qué grupo estas tú?

Felicidades, muchos éxitos y mil gracias.

PALABRAS EN LA CEREMONIA DE INCORPORACIÓN COMO SOCIO PLENO DEL CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES.

Lunes, 11 De Febrero De 2008

Muy buenas noches a todos; gracias por invitarme.

Queridos amigas y amigos:

Celebro tener esta ocasión, grata para mí, de saludarles en este acto importante para nuestro admirado y querido Club Universitario de Deportes.

Celebro también que la nueva dirigencia, tenga la claridad necesaria en objetivos y tenacidad necesaria para alcanzarlos.

El mundo cambia, las personas cambian, y también los sueños y anhelos de toda institución siguen ese derrotero.

Por eso no puede uno sino aplaudir y animar a todos los miembros de la directiva, a los socios, jugadores e hinchas por implementar una nueva estrategia de trabajo para lograr nuevos objetivos y metas.

Esta incorporación y la de otras ilustres personalidades confirma la voluntad de la directiva no sólo de mantener los principios que dieron origen a este gran Club, y que son pilares de toda disciplina deportiva, sino también la voluntad expresa de trabajar en equipo, unidos y bajo un mismo horizonte.

Llego ahora como socio activo para mantener y respaldar los principios del Club de mis amores y verlo triunfar.

Luego de algunos años de haberme alejado de toda actividad pública, ya sea en el campo de la política o de la carrera empresarial, creo llegado el momento de contribuir con el fortalecimiento de este querido Club.

Es que soy hincha de Universitario desde pequeño; tal vez desde la cuna porque siempre se habló en casa sobre mi pariente Alberto “Toto” Terry, quien, como saben, cuando el ídolo “Lolo” Fernández comenzó a pensar en el adiós de los campos, fue “Toto” Terry quien lo reemplazó.

Creo que la suma de los esfuerzos que desplegarán todos los socios, nos permite vislumbrar ahora un futuro brillante en lo deportivo y en lo institucional.

Promover una cultura emprendedora en todos los niveles de la institución, es también una tarea por desplegar a nivel de organización deportiva.

Creo que en este tema mi compromiso es mayor. *PROPONGO QUE, EN UNIÓN CON PROBIDE, HAGAMOS CURSOS DE EMPRENDIMIENTO, DIRIGIDOS A LOS SOCIOS, SUS FAMILIAS, JUGADORES, HINCHAS Y MÁS*

La visión y compromiso de románticos dirigentes de excepción y tantos otros, así como el inmenso aporte al desarrollo del Club de los socios y de los hinchas, hará posible que la “U” se convierta en uno de los más grandes de América.

Ello incluye que nuestros jugadores, además de buenos deportistas, se conviertan en embajadores de la cultura peruana y sobresalgan como personas modelos para nuestra juventud.

Y sobre todo, para fortalecer esa tradicional garra crema. En mis múltiples discursos académicos que brindo a los jóvenes, siempre hago alusión al valor de la GARRA.

Brío, empuje, nervio, fibra; eso es garra. Esa energía natural que aflora en los momentos más difíciles. Esa es la “U”; es su identidad. Hay que fortalecerla.

Eso que cuando se gana crece el alma y cuando se pierde crece el corazón porque lo intentamos todo.

La “U” ha demostrado a lo largo de su historia ser equipo de vanguardia. Nuestros grandes jugadores, con el gran Lolo Fernández a la cabeza, dieron monumentales alegrías al pueblo peruano.

Ayudemos, pues, todos a cerrar el año con broche de oro. Ello significa APOYAR para que nuestro querido club sea CAMPEÓN nacional este año.

Estoy seguro que así será, porque ese hecho reflejará mejor nuestro espíritu ganador, un espíritu de lucha que demuestra que con constancia y tenacidad se obtiene lo que se desea y que cuando se pone el corazón no hay metas imposibles.

Nuestros jugadores saben que las victorias sólo se consiguen con esfuerzo, con constancia, con disciplina y con dedicación.

Así, de paso, el Perú debe conseguir su futuro exitoso: con esfuerzo, constancia, disciplina, dedicación, porque con trabajo es como se logra un carácter que sabe competir, y no sólo competir sino ganar en la competencia.

ALGUNA VEZ ALGÚN PERIODISTA Y ESCRITOR DIJO QUE
EL DEPORTE NO FORJA EL CARÁCTER, LO MUESTRA, LO
PONE DE MANIFIESTO.

Estoy seguro que los nuestros pondrán de manifiesto su carácter combativo, su mentalidad positiva, su espíritu triunfador para alzar la copa de campeones al final de la temporada 2008.

Es deseo personal, que sean el ejemplo para los jóvenes peruanos e imagen del Perú ganador que debemos ser y que queremos construir.

Queremos un Perú ganador no sólo en el deporte, sino sobre todo en la batalla contra la inseguridad, en el combate a la pobreza, en el empeño por lograr más y mejores empleos.

Amigos de la U:

Muchos éxitos en los proyectos institucionales.

Mil felicidades a todos ustedes y que la próxima semana en que empieza el Apertura, la U comience a brillar con luz propia y que los hinchas cremas digamos al unísono:

«ESA ES LA U».

Muchas gracias.

**II CONGRESO PERUANO INTERNACIONAL
DE ARBITRAJE.
“ARBITRAJE COMERCIAL Y ARBITRAJE DE
INVERSIÓN”**

Lima: 28, 29 y 30 de abril de 2008.

Muy buenas tardes a todos:

Doctora, Lourdes Flores Nano, rectora de la USIL.

Dr. Francisco Távora Córdova, presidente del Poder Judicial y de la Corte Suprema de Justicia de la República del Perú.

Dra. Lilian Rocca Carbajal, decana de la Facultad de Derecho de la USIL.

Dr. Jorge Santistevan de Noriega, presidente del Comité Editor de la Revista Peruana de Arbitraje

Dr. Antonio Hierro, Club Español de Arbitraje.

Dr. Carlos A. Soto Coaguila, Coordinador General del Congreso y Presidente del Instituto Peruano de Arbitraje.

Amigos:

En principio gracias a todos por su presencia en este Segundo Congreso Peruano Internacional de Arbitraje. Gracias también a los organizadores y promotores por hacerlo realidad.

Este evento reúne a los más destacados especialistas a nivel Mundial, y en donde la comunidad académica-jurídica podrá informarse sobre las experiencias de los especialistas y las nuevas tendencias internacionales en relación al Arbitraje.

Tema, sin duda, fundamental para todos; específicamente para las naciones como el Perú que goza de cifras rebosantes de salud económica, de un comercio exterior que crece cada año y, en general, de un horizonte halagüeño.

El mundo de hoy es tan complejo como interdependiente, donde todo está globalizado. En esta dinámica los intercambios económicos aumentan en cantidad y en sofisticación, pero también generan mayores litigios.

Frente a lo cual, los hombres de negocios deben establecer el método de resolución de las diferencias que sea más ajustado a sus necesidades. La vía alternativa, de eficacia probada, con méritos reconocidos, de tradicional prestigio y en franca expansión en el ámbito de los negocios internacionales, es el arbitraje comercial internacional

El camino no está, pues, sembrado de flores y siempre existen y habrá problemas que atender, no necesariamente problemas de gerencia o de administración.

De allí que, ante la creciente demanda de tratados bilaterales y multilaterales de inversión (BIT's) y los Tratados de Libre Comercio, cuyas premisas son promover la inversión, han generado de que el Arbitraje se difunda, se consolide y se transforme en un mecanismo muy utilizado para la solución de problemas legales.

Como ya se ha dicho, el arbitraje es un procedimiento privado de solución de controversias, donde por mutuo acuerdo de las partes y conforme a la legislación pertinente, se puede resolver un conflicto.

Así, el arbitraje comercial internacional en materia de negocios internacionales, se ha consagrado paulatina pero firmemente como un medio eficazmente apto para resolver litigios.

Desde luego, para países como el Perú el arbitraje es muy beneficioso, ya que reduce burocracia, disminuye gastos para el Estado, el proceso es flexible y acelerado y el final emana con mayor brevedad.

De allí la importancia de este evento, donde entre reconocidos árbitros y abogados, nacionales e internacionales, empresarios, gerentes, investigadores, profesores, funcionarios públicos y estudiantes, fluirá el conocimiento teórico y la experiencia práctica para apuntalar aún más el arbitraje como la vía rápida en la solución de los conflictos.

El temario de este Congreso lo dice todo: Particularidades del TLC Perú - EE.UU; Inversiones Protegidas por los BITs y los TLCs; Expropiación Indirecta de las Inversiones; Superposición entre Remedios

bajo Tratados de Inversiones y Remedios Locales o Contractuales; Contratos Multiparte; Intervención de Terceros en el Arbitraje; Recurso de Anulación de Laudos Arbitrales; Reconocimiento y Ejecución de Laudos Arbitrales; Internacionalización del Arbitraje en el Perú.

Hoy en día en el Perú existen muchos Centros de Arbitraje, como la Cámara de Comercio de Lima, el Colegio de Abogados de Lima, Amchan Perú, etc. A nivel internacional encontramos entre los principales centros de arbitrajes del mundo a la CCI, CIADI, CNUDMI, etc.

Estos hechos desvelan la importancia que ha tenido este mecanismo o sistema en beneficio de la solución de conflictos.

En nombre la Universidad San Ignacio de Loyola agradezco a Dra. Lilian Rocca Carbajal por liderar la realización de este importante Congreso; y a la Revista Peruana de Arbitraje y al Instituto Peruano de Arbitraje (IPA), por acompañarnos en la organización y desarrollo del mismo.

Asimismo, a diversas instituciones jóvenes vinculadas a diversas universidades que han colaborado con su materialización

Igualmente mi gratitud a todos los patrocinadores, que son muchos, entre empresas privadas y prestigiosos estudios, nacionales y extranjeros.

Declaro inaugurado EL II CONGRESO PERUANO INTERNACIONAL DE ARBITRAJE: **“ARBITRAJE COMERCIAL Y ARBITRAJE DE INVERSIÓN”**

Que Dios los acompañe.

DISCURSO EN LA INAUGURACIÓN DE LA ESCUELA DE CHEFS DE USIL EN MIAMI.

Abril de 2008

Mucho se ha escuchado en el mundo sobre el significado del “Sueño americano”. Es decir, la forma en que siglos atrás y motivados por el futuro los colonos fueron desarrollando este país tan poderoso, importante y tan ligado a los pueblos latinoamericanos y a las naciones hermanas como el Perú.

Es usual ver en nuestros países de Latinoamérica proyectos de inversión importantes provenientes de los Estados Unidos. Lo que no es usual es ver en Estados Unidos lo contrario; es decir capitales que llegan con sus ilusiones a cuestras para crear riqueza y convertirse en parte del eterno Sueño americano.

Sí, porque este proyecto es hoy realidad. Constituye la materialización de una ilusión, de un sueño largo y esperado: internacionalizar el arte culinario peruano y convertirlo en uno de nuestros más importantes embajadores.

En alianza con capitales americanos, ahora la Universidad San Ignacio de Loyola del Perú trae a Estados Unidos este importante esfuerzo para ponerlo a disposición de todos los hispanos y americanos residentes en el Estado de la Florida, en la Ciudad de Miami, El Doral.

Aquí el alumno encontrará la posibilidad de estudiar y asimilar las recetas más sofisticadas elaboradas bajo las normas más exigentes en el arte de la cocina mundial. Aprenderán a entender el por qué del éxito de los últimos tiempos de la comida peruana; y, finalmente encontrarán un punto de encuentro y de relajación en esos cursos que hemos llamado “Chef for a Day” para que los amigos y los amantes de la cocina o los que tienen interés en ella puedan dar sus primeros pasos.

Bienvenidos a la Escuela Don Ignacio de los Estados Unidos, primer esfuerzo sin precedentes de un proyecto peruano en La Florida, en cuanto al arte culinario se refiere.

Estamos convencidos que en los siguientes meses veremos llegar alumnos de diferentes lugares del mundo y de Estados Unidos para cultivarse en este arte y profesión de gran crecimiento y potencialidad. Y si lo desean, podrán continuar estudios de “Master Chef” tanto en el Perú como en las escuelas como la Paul Bocuse de Francia, la Hofmann de España o la Avicus de Italia.

Saludamos al Mayor de la ciudad y le agradecemos por habernos abierto las puertas de una ciudad tan linda, emprendedora y de tanto futuro.

Las palabras finales de gratitud son para las escuelas de Paul Bocuse de Francia y la Hofmann de Barcelona, España, por habernos apoyado decididamente en la escuela peruana -que es la que traemos aquí- y, además, por extender nuestros convenios internacionales para beneficio de los que van a ser nuestros alumnos en Estados Unidos.

Estamos convencidos de que esta pequeña bandera peruana, comenzará a flamear con creces en este país maravilloso. Con este símbolo la mística florecerá y entonces el Sueño americano significará un acercamiento mayor del que ya tienen nuestros pueblos con los Estados Unidos, además de otorgar a los jóvenes del mundo la gran oportunidad de ser autores de sus propios proyectos de restaurantes. En consecuencia, les permitirá agregar su nombre a la larga lista de los que ya han triunfado en los Estados Unidos.

Muchas gracias por su presencia. Disfruten de estas instalaciones y que Dios los bendiga.

DISCURSO DE ORDEN EN LA CEREMONIA DE CONFERIMIENTO DEL TÍTULO DE DOCTOR HONORIS CAUSA AL DR. ÁLVARO URIBE VÉLEZ, PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA.

Ha querido la providencia premiarme con esta magnífica oportunidad de dirigirme a todos ustedes en una ocasión tan especial como esta, en la que conferimos el grado de Doctor Honoris Causa al Excelentísimo Señor Presidente de la República de Colombia, doctor Álvaro Uribe Vélez.

Es un honor para nosotros, señor presidente, haber aceptado la máxima distinción académica que otorga nuestra universidad, en razón de su fuerte compromiso con la libertad, la democracia y sobre todo con la paz y la convivencia civilizada entre pueblos hermanos.

También por su valiosa y larga trayectoria al servicio del bien común; es decir, por el bien de todos y cada uno, para que todos seamos verdaderamente responsables de todos, según **la sentencia de nuestro recordado y querido papa Juan Pablo II.**

La universidad, como lo acaba de manifestar usted presidente Uribe hace pocos días en la Pontificia Universidad Bolivariana de Medellín, «tiene que cumplir una función: ser una caja de resonancia de la problemática social, interpretar la sociedad, mirar sus problemas, concebir soluciones».

Y agrego: reconocer a hombres que trascienden fronteras con el ejemplo.

De eso se trata.

La Universidad San Ignacio de Loyola, es relativamente joven, pero sus cimientos están edificados por su matriz corporativa que este año cumple 40 años de servicios en beneficio de la educación peruana y en provecho de miles de jóvenes que han desfilado por sus aulas a lo largo de cuatro décadas.

Lleva el nombre del fundador de la Compañía de Jesús, porque San Ignacio simboliza amor y encarna solidaridad, valores que tanta falta hacen a un mundo signado por el materialismo y la violencia.

En estos escenarios, nuestra universidad no es ajena a la problemática de nuestros tiempos, a los desafíos del presente y los retos del futuro.

Sus antenas están dirigidas a captar el alma nacional y el sentir de los pueblos latinoamericanos, en busca de paradigmas que den luces en el largo camino que nos toca recorrer.

Como lo han manifestado ilustres pensadores, “moral y luces son las primeras necesidades”.

Al hacer justicia a un hombre de estatura continental, otorgándole el título honorífico, la universidad deja constancia de que comulga y continuará comulgando con el credo democrático y con los ideales de los hombres libres que personifica el doctor Uribe.

También pone de manifiesto a la juventud los verdaderos valores, la calidad humana y moral, para que adquieran el hábito saludable de mirarse en ellos y de imitar virtudes ajenas.

Así, nuestra institución vive con este acto uno de sus mejores momentos, de los más felices. Al mismo tiempo, ve fortalecida su vocación académica y su compromiso con los valores que forjan futuro.

El doctor Álvaro Uribe Vélez tiene el perfil que hace de un presidente un señor estadista, porque no todo presidente de una nación lo es, no todo jefe de estado es estadista.

Estadista es aquel que ante \neg pone a todo, el país; aquel que distingue entre la coyuntura y la perspectiva, el corto plazo y el horizonte. Es aquel que tiene una visión que lo hace diferente y una misión que cumplir por sobre todas las cosas.

La calidad de estadista enseña el camino que se debe seguir para que, definitivamente, nos enrumbemos por el progreso, por el imperio de la ley, el mandato de la autoridad y de la legítima representación de la voluntad y del sentir populares.

Presidentes hay muchos, estadistas pocos, y estadistas notables muy pocos todavía.

En este nivel de privilegio es donde se halla nuestro amigo presidente Uribe, y a donde ha llegado por méritos sobresalientes abonados a lo largo de toda una vida de éxitos en lo personal, familiar, profesional, académica y política.

Los pergaminos no son de última data.

Gracias a su excelente rendimiento académico fue eximido de exámenes finales en todas las materias en los grados 5° y 6°, y se graduó como mejor bachiller en 1970.

En 1977, luego de cursar parte de su carrera con matrícula de honor, razón por la cual recibió beca por excelencia, obtuvo el título de doctor en derecho y ciencias políticas de la Universidad de Antioquia.

En 1993 se graduó como especialista en administración y gerencia en la Universidad de Harvard, en donde además estudió negociación de conflictos.

En 1998 obtuvo la beca Simón Bolívar del consejo británico y fue nombrado senior associate member de Saint Antony's College en Oxford University, Inglaterra.

En 1999 fue profesor asociado de la Universidad de Oxford en Inglaterra.

En el servicio público comenzó desde muy joven. A los 24 años fue jefe de bienes de las empresas públicas de Medellín; de 1977 a 1978 secretario general del Ministerio del Trabajo y entre 1980 y 1982 director de la aeronáutica civil.

Fue electo alcalde de Medellín en 1982 y senador de la República en los períodos 1986-1990 y 1990-1994. Gracias a su desempeño obtuvo las distinciones de senador estrella, senador de mejores iniciativas y mejor senador.

Posteriormente, es elegido gobernador de Antioquia para el período 1995-1997, donde puso en práctica innovadoras políticas para la generación de empleo, la educación, la transparencia en el manejo de los contratos públicos y la seguridad.

En mayo de 2002 fue elegido presidente de la República de Colombia para el período constitucional 2002-2006. Luego, como sabemos, fue reelecto en 2006 con el 62% de la votación. Un respaldo abrumador del pueblo colombiano,

Aquí un detalle del amigo Uribe. Sabemos que su familia fue víctima de la violencia y, por tanto, su preocupación permanente era cómo erradicarla.

Dentro de su filosofía, “muchacho que abrace un instrumento musical jamás empuñará un fusil”, puso en práctica en su gestión de gobernador el plan departamental de bandas juveniles de música que consistió en dotar a cada municipio de una banda de músicos y una escuela de música donde 20.000 jóvenes aprendieron artes musicales.

Logró así cierta cohesión social para alejar a los jóvenes del crimen.

¿Cuál fue el secreto del éxito? Ya lo dijo Ernest Hemingway: «El secreto de la sabiduría, del poder y del conocimiento es la humildad». Este es el caso del doctor Uribe.

Amigo presidente:

Las cosas tienen su tiempo y no hay mal que dure cien años ni cuerpo que lo resista. Estamos seguros que usted y los colombianos saldrán victoriosos, más temprano que tarde, de las lacras que hoy atormentan al pueblo colombiano.

Nuestro optimismo es real. Basta saber que desde hace casi seis años, Colombia está ganando la guerra contra el narcoterrorismo de las FARC, mientras crece a un 7% anual.

Así, después del dolor vendrá la alegría; después de la niebla el sol.

Hay mucho bien en nuestra sociedad y en nuestras naciones. Lo que tenemos que hacer es protegernos sembrando la esperanza de un destino mejor para los pueblos de América Latina.

Hoy en día, en este mundo globalizado, se plantean nuevos desafíos y tenemos que responder a las cambiantes demandas del mundo contemporáneo.

En ese sentido, y en el marco de la responsabilidad de las generaciones actuales respecto de las futuras, las naciones y los líderes como usted, tienen que trabajar por alcanzar las metas de desarrollo humano del milenio.

Además, hay por delante la búsqueda interminable de la justicia, la paz y la dignidad, que son necesidades inmateriales que cubrir. Simultáneamente se tiene que abordar problemas materiales como el crecimiento demográfico, el deterioro del medio ambiente, la segregación social y urbana, el agua, los alimentos.

Mientras tanto, la educación que siempre será un desafío, deberá cumplir su misión de enseñarnos a aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser, y también a aprender a vivir juntos.

Es verdad, todo ello es un sueño. Pero sino soñamos no creamos, y si no creamos morimos. Es la tácita advertencia de la vida cotidiana en tiempos globales.

Como dijo el filósofo mexicano Leopoldo Zea: «el día que todo pudiera ser resuelto, que no hubiese necesidades, los hombres serían dioses, pensándose y amándose a sí mismos, petrificándose pura y simplemente»

Entonces, aunque parezca utópico, el desafío mayor podría derivar en hacer previsible lo imprevisible, y hacer de nuestra angustia algo llevadero en tiempos de posmodernidad

Antes de terminar, quiero agradecer una vez más y desde lo más profundo de mi ser a usted, señor presidente, por habernos honrado en aceptar esta humilde distinción.

Nuestra rectora, doctora Lourdes Flores Nano, nuestros vicerrectores, decanos, profesores, alumnos y padres de familia se sienten orgullosos de compartir en adelante fuertes vínculos de amistad.

Reciba este título también como prueba de respeto y amor al pueblo hermano de Colombia y como reconocimiento de los tan importantes vínculos que su patria ha mantenido y debe mantener siempre con mi país.

Esta muestra de entendimiento entre culturas latinas es importante en momentos en que parecemos divididos.

Cito de nuevo a Zea: “Conociéndonos a nosotros mismos conoceremos también la esencia de otros hombres; lo que de común tenemos con ellos. Descubriendo nuestro ser, habremos descubierto elementos que son de América”.

Es que nuestros pueblos tienen los mismos sentimientos en nuestra manera de ser, de pensar y de actuar.

Por eso, compartimos las metas del pueblo colombiano que son las mismas del pueblo peruano; es decir, el deseo de vivir en paz, y como diría el poeta «el deseo de crecer en la quietud del paisaje hermoso».

Sin visión de estadista, esfuerzo, sacrificio y sin agallas no hay gloria. Estamos seguros señor presidente que la gloria lo acompañará a usted y a la hermana República de Colombia.

Y, como usted dijo en su campaña: “trabajar, trabajar, trabajar”, ese es el ejemplo que usted ha dado a Colombia y a la América Latina.

Estamos seguros que este esfuerzo latinoamericano y esa hermandad que nos legó San Martín y Bolívar, son los que hermanarán a nuestros pueblos para salir adelante.

Que Dios lo bendiga y lo acompañe siempre.

Viva Colombia, viva Perú.

Muchas Gracias

LA ERA DEL EMPRENDIMIENTO

Tumbes, 8 de julio de 2008.

Apreciados jóvenes:

En principio mi gratitud por invitarme a este evento que reúne a lo mejor de los estudiantes de la región norte del país.

Gracias jóvenes. También por la oportunidad que me otorgan de regresar a esta corajuda y bendita tierra.

La prueba es este evento que ustedes protagonizan.

Estoy seguro que los tumbesinos, especialmente los jóvenes, iqué duda

cabe!, asumen los nuevos retos con decisión, voluntad y actitud para alcanzar realización personal y profesional, progreso y bienestar para todos.

Los tumbesinos no le temen a los retos, sueñan y alcanzan la cima.

Sólo falta elevar el nivel de la educación para erradicar el analfabetismo y también para mejorar el capital humano. Hoy en día, la educación es vital para competir globalmente. Apostemos por ella, sí o sí. No hay salida.

Como dice el escritor y filósofo argentino Mariano Grondona, en una de sus últimas reflexiones en el diario argentino La Nación: “Si todo lo demás fallara salvo la educación, aún cabría la esperanza. Si nada fallara, pero sí la educación, el futuro nos estaría vedado”.

Hoy en día queridos amigos, ya no basta tener una licenciatura; se necesita mucho más que eso para asegurar competitividad.

Si se tiene dos o más maestrías mejor, y a todo ello el profesional tiene que necesariamente dominar el idioma inglés y el idioma de las tecnologías de la información.

No basta, pues, ser administrador de empresas, abogado, economista, médico. Se necesita mucho más. Ello se logra a través de la educación continua, permanente, constante y persistente; y, sobre todo, de lo que yo llamo la “actitud de aprender a aprender”

Fíjense ustedes. Hoy en día los alumnos de la famosa escuela de negocios de Harvard no estudian cientos de volúmenes llenos de teoría. Esta universidad prefiere prepararlos para el mundo real de los negocios, y para ello imparte sus masters y cursos para ejecutivos a base de cases (casos).

Los profesores seleccionan ejemplos reales del panorama empresarial. Estudian la evolución de empresas, sus puntos de inflexión o sus perspectivas de futuro y elaboran un extenso informe. Los alumnos deberán analizarlo y proponer soluciones o críticas.

Entre los archivos de esta universidad figuran informes sobre Microsoft, AOL, Nike, Coca-Cola y otras empresas de notable ejecutoria a nivel mundial.

Estudiando estos casos y también experiencias peruanas, que los hay y muchas, nosotros también estaríamos potenciando nuestra manera de ver las cosas, alimentándonos de información válida, útil, práctica y no solamente teórica.

Jóvenes. Es que todo ha cambiado, y a la vez todo cambia permanentemente en esta era de la globalización.

Antes se solía decir, “cría fama y échate a la cama”; y se decía como que si ello era el objetivo, el límite o la meta.

Ahora, esta expresión es insostenible. La fama es efímera, se disuelve como café instantáneo si no se la mantiene a través del planeamiento y estrategias.

Antes la sabiduría popular nos reportaba también esta sentencia expresiva: “Camarón que se duerme lo lleva la corriente”. Ahora se complementa: “... y termina en el plato”. O sea frito.

Enfatizo estas máximas para destacarles que ya nada en este mundo global permanece quieto, estático, inmóvil. Todo ahora es dinámico y en permanente tránsito hacia etapas superiores, ilimitadas y donde el cielo es el límite.

Una de las variables más significativas que hace posible los cambios es, reitero, el capital humano.

En el caso de Perú, lamentablemente hay mucho por recorrer porque se encuentra por debajo del de los países que presentan un nivel de desarrollo económico similar.

El nivel educativo no sólo se compara en la enseñanza primaria o secundaria, sino también en la Universidad. De allí que se dictamina

que hay exceso de profesionales en determinadas áreas y escasez en otras, principalmente en las vinculadas a la tecnología y la ciencia.

Consecuencia de esta realidad es que la economía peruana y el sector productivo, con excepciones, presentan escasa productividad o competitividad.

Y la competitividad es la piedra angular para ser exitosos en el mundo económico y empresarial. Este es un tema pendiente de la agenda nacional.

Revertir esta situación pasa por recetas que ya están inventadas, es decir: fomentar la inversión privada, mejorar las infraestructuras, la calidad del capital humano, la inversión en investigación, desarrollo e innovación, el grado de competencia en los mercados de bienes y servicios, las instituciones del mercado de trabajo y el dinamismo empresarial.

La educación, es pues, la clave de nuestros tiempos. Lo es todo, casi. Después de todo, recuerden que la ignorancia de muchos da poder a unos pocos; con educación no hay desigualdades.

Bien, casi sin percibirlo, entro a nuestro tema de hoy: aprendiendo a emprender en la era del emprendimiento. Es lo que vengo a proponerlos hoy día.

En momentos de turbulencia mundial por mercados financieros altamente sensibles, desaceleración de la economía de EE.UU y la persistente alza del precio del petróleo, es bueno saber que las economías de América Latina y el Caribe crecerán finalmente alrededor del 5% este año.

Como se ve, a diferencia de antes, América Latina se encuentra ahora en una posición mucho mejor que en el pasado. Los países tienen superávit externos positivos y las políticas presupuestarias y el fortalecimiento de las políticas del sector financiero se consolidan.

En el informe *Development and Globalization: Facts and Figures 2008* de la UNCTAD se señala que el rápido crecimiento económico registrado

por los países en desarrollo y en transición desde 2002 ha reducido levemente la abismal brecha existente en términos de riqueza entre los países desarrollados y en desarrollo.

Pero esta brecha sigue siendo considerable. **Los países desarrollados, que sólo representan el 16% de la población mundial, produjeron el 73% del PIB mundial nominal en 2006.**

Según la UNCTAD, los países en desarrollo más grandes y de más rápido crecimiento estabilizan la economía mundial debido a su dinamismo y su apertura.

También se señala que los países en desarrollo representaron el 37% de las exportaciones mundiales de mercancías en 2006, mostrando una tendencia ascendente. Además, como muchos países en desarrollo han logrado un superávit en cuenta corriente, se han convertido en importantes proveedores de capital para el resto del mundo”.

Los datos estadísticos presentados revelan que el comercio entre países en desarrollo, comúnmente denominado “comercio Sur-Sur”, se triplicó entre 1995 y 2005, es decir en sólo 10 años.

No obstante, en el informe UNCTAD se señala que, a pesar de la impresionante evolución del conjunto de países en desarrollo en los últimos años, los avances registrados por los menos adelantados y otras economías de bajos ingresos han sido lentos y éstos han seguido **dependiendo esencialmente de las exportaciones de productos básicos de bajo valor añadido.**

En suma, este es el escenario en el cual nos posicionamos para encarar lo que hay que hacer, en términos de país.

En términos de ciudadanos, de personas, especialmente jóvenes como ustedes se preguntarán ¿qué rol cumplimos hoy y qué mañana?

Creo sinceramente que hoy en día, en una globalización galopante y compleja, llena de retos pero también de oportunidades, la mejor inversión es ser buen ciudadano y emprendedor.

Esto es que nunca desistan de construir su destino y diseñar sus proyectos de vida, que no teman a los cambios y, por el contrario, sepan sacar provecho de ellos.

Además, necesitamos de peruanos ávidos por aprender, con coraje para abrir caminos, enfrentar desafíos, crear soluciones, correr riesgos calculados, sin miedo a errar.

Personas que logren ver los árboles, pero que también presten atención al bosque, que tengan la percepción de todo y de cada parte.

Personas que sepan administrar cosas y liderar personas.

En suma, el Perú necesita de los jóvenes, pero de aquellos que digan: **¡esto con la ayuda de dios lo hice yo!**

Estamos acostumbrados de culpar a todo el mundo de nuestros males, cuando en la mayoría de los casos los responsables somos nosotros mismos.

Ustedes como estudiantes de Administración conocen bien que los paradigmas de antes han sido eliminados por otros nuevos. Recordémoslos:

La gente ahora no vale por lo que sabe, sino por lo que hace con lo que sabe.

Las empresas ahora no compran tu tiempo, sino el resultado de tu tiempo.

Como ven, todo cambia, todo muta.

Hay una vieja regla que dice “el accionista manda”; la nueva regla dice: “el consumidor es el rey”.

La vieja regla dice: “sé número 1 o número 2 en tu mercado”. la nueva regla dice: “encuentra un nicho, crea algo nuevo”.

La vieja regla dice: “contrata a un ceo carismático”; la nueva dice: “contrata a un ceo motivador”.

La vieja regla dice: “los perros grandes son dueños de la calle”; la nueva dice: “ser ágil es mejor; ser grande te puede hacer daño”.

La vieja regla dice: “admira mi fuerza” (énfasis en el éxito de la empresa); la nueva dice: “admira mi alma (las compañías se deben a la sociedad, por lo cual necesitan tener valores reales de compromiso con ésta).

Obviamente, hay fundamentos de Administración que permanecen casi inalterables. El padre del management moderno, Peter Drucker, nos lo recuerda permanentemente:

Las actividades esenciales de los negocios son la innovación y el marketing; es un error concentrarse en las ganancias.

La buena gestión debe hacer el trabajo productivo y al trabajador efectivo.

Fije metas. Establezca algunas metas separadas para cada área crucial del negocio.

Tome la responsabilidad social en serio. Una empresa existe sólo mientras la sociedad crea que hace un trabajo necesario y útil.

El cliente quiere calidad, no lo costoso y difícil.

Los “trabajadores con conocimiento” puede que no dirijan a nadie, pero el impacto de sus decisiones es comparable al de los ejecutivos.

Estos son los puntos esenciales que nos recomienda uno de los más grandes de la ciencia de la administración. Puntos muy vigentes, aún cuando muchos estudiosos contemporáneos trabajen más sobre estadísticas que sobre preceptos y metáforas.

Por otro lado, tengo bien claro que los que cambian el mundo de hoy ya no son los políticos; son los jóvenes.

Una primera generación la integraron Bill Gates con Microsoft, Steve Jobs con Apple o Michael Dell con Dell Computer Corporation.

Una segunda generación la forman los fundadores de You Tube, Chad Hurley y Steve Chen; y los creadores del buscador google, Sergey Brin y Larry Page.

Multimillonarios todos ellos; y, sin embargo, jóvenes. Nadie apostaba demasiado por ellos al comienzo. Es que aunque **los innovadores y pioneros de proyectos en la red** son los que realmente crean mercados y fuerzan el desarrollo de internet, es complicado que los inversores o las grandes compañías apuesten por ellos.

En el Perú también hay grandes emprendedores. Ustedes conocen los éxitos de la familia ayacuchana Añaños. Saben la forma en que se iniciaron, es decir enfrentándose al clima adverso que significó la violencia. Hicieron de ella una oportunidad.

Tenemos los casos de éxito de otra familia famosa en Lima, la de los hermanos Wong que comenzaron con una bodega y la expandieron hasta lograr posicionarse con el grupo líder en las cadenas de supermercados.

Recordemos el éxito y un rival de polendas que significó para la Coca Cola el grupo empresarial que producía la bebida Inca Cola. La transnacional no pudo “sacarla” del mercado hasta que tuvo que comprarla.

Hay muchos ejemplos peruanos de emprendedores de éxito.

En la actualidad, en 2008, pocos dudan de la relevancia del emprendimiento en la economía mundial, como fuerza innovadora, de prosperidad y generadora de empleo en todos los países.

Los expertos están de acuerdo en que el emprendimiento es la fuerza que dirige la economía del mundo actual. **Nada menos que el 90% de los trabajos del mundo es creado por pequeñas empresas.**

Y los países que tienen economías más prósperas siguen el patrón del emprendedor.

¿QUIÉNES SON EMPRENDEDORES?

Aquellos que piensan en un producto, en un negocio. Se distinguen porque son expertos en dos cosas: en crear su producto y en saber qué necesita el mercado; es decir tienen visión producto-consumidor.

Es decir, tienen un sentido de misión nacional, son competitivos con sus clientes con sus productos, tienen una necesidad urgente de crecer, una mentalidad acelerada, quieren hacer algo ahora, no mañana, no en cinco años, y son gente que se inspira a sí misma sin casi importarle si tiene los recursos para hacer un proyecto.

Emprendimiento es la capacidad de transformar una idea en una empresa que genere un valor. Es algo sui géneris y es una forma elemental de libertad.

Deben, sin embargo, tomar nota que la generación de beneficios económicos no es el corazón del emprendimiento, **sino la felicidad de crear, de hacer cosas, el simple hecho de generar actividad es la acción más liberadora para el hombre.**

Los emprendedores no solo se adaptan a las necesidades del mercado, sino que también cambian el rumbo del mercado y sus tendencias.

Hace muchos años Thomas Kuhn (1922-1996), filósofo estadounidense, pronunció una frase que debemos recordar hoy: **toda generación necesita una revolución distinta, y el espíritu emprendedor y de innovación son los aceleradores de la revolución que esta generación debe impulsar.**

¿Qué une a los emprendedores? Gran autoestima (no cuesta nada), esfuerzo, perseverancia, creatividad, constante innovación y, entre otros valores, garra... aquello que le hace falta a nuestra selección de fútbol.

No hay otra receta para el éxito.

El camino del emprendedor no es fácil. Está lleno de obstáculos, vientos, tempestades y marejadas. Y, sin embargo, es fascinante y lleno de posibilidades.

Pero si quieres llegar arriba nunca te detengas. Cuantas veces caigas busca un peldaño, toma aliento y vuelve a empezar. Si finalmente las fuerzas no dan más, vivirás en paz porque sabrás que por lo menos lo intentaste.

Bien dice el dicho que más vale la satisfacción del fracaso dándolo todo que el llanto por no haberlo intentado nunca.

Queridos jóvenes:

Lo importante en la vida es contar con un proyecto de vida, tener un sueño, una visión y, sobre todo, actitud o voluntad para actuar.

Recuerden que todos los triunfos nacen cuando nos atrevemos a comenzar.

Obviamente, ustedes que son administradores o van a ser profesionales en esta área cuentan con una ventaja tremenda frente a los emprendedores empíricos o autodidactas.

La razón es que tienen las herramientas teóricas para concebir una estrategia y elaborar un Plan de negocios. Recordemos rápidamente algunos consejos que debemos seguir para un emprendimiento exitoso:

Considerar la audiencia que va a leer el plan de negocios y adaptarlo.
Generar un modelo de negocios robusto antes de gastar tiempo en detalles de implementación del negocio. Centrarse en la satisfacción de necesidades.

Verificar que el equipo emprendedor tiene las habilidades necesarias.
Sea sincero.

Anticipar correctamente los costos para calzarlos con los flujos.
Enfocarse en el negocio de mayor potencial antes de expandirse a miles desperdiciando esfuerzo.

Converse con proveedores y potenciales clientes antes de escribir el plan.

Sea capaz de contar la clave del negocio en no más de 150 palabras.

No subestime los costos o gastos requeridos para echar a andar la empresa. Piense exhaustivamente en todos los que pueda incurrir y luego elévelos en un 50%.

Los recursos no son sólo dinero en efectivo: contemple posibles alianzas estratégicas.

Exponga previamente el plan a una audiencia que haga críticas constructivas.

Queridos jóvenes:

Hay en el mundo como en el Perú, hermosas historias de emprendimiento exitoso.

Lo que anhelamos es que este éxito se multiplique, porque en esa medida se brindará nuevas opciones a los consumidores, crecerá el mercado y, sobre todo, se dará trabajo a miles de compatriotas.

Mi desafío como empresario y peruano es compartir con ustedes lecciones de vida y divulgar en todo el Perú cultura emprendedora.

Recuerdo, como si fuera ayer, todo lo que tuve que pasar, hacer y gestionar para obtener en los Estados Unidos las licencias de las franquicias americanas Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Burger King, Chili´s Grill y Starbucks.

...

Obviamente, no basta con decir “yo puedo”. Es importante tener actitud y resolución para llevar a la práctica la pasión de emprender.

Estamos en la era del emprendimiento. Como nunca antes el Perú crece

por más de 80 meses consecutivos. Las condiciones están dadas, y los cuantiosos recursos naturales que el Perú posee están allí esperando que los jóvenes, como ustedes, vayan por ellos.

Nosotros los mayores, apenas somos el mapa que los guía al lugar donde se encuentran los tesoros.

Termino con la frase célebre del joven presidente Kennedy y que siempre declamo a los jóvenes, de ayer y siempre:

**“NO PREGUNTES QUÉ ES LO QUE TU PAÍS HARÁ POR TI,
PREGÚNTATE QUE ES LO QUE TÚ HARÁS POR ÉL”.**

Muchas gracias.

NO DEJEMOS PASAR LA OPORTUNIDAD

Texto del libro Turismo, la gran oportunidad

Con 11% de contribución al PBI mundial, el turismo es hoy, a comienzos del siglo XXI, la industria número 1 del mundo. Los datos y cifras del último Barómetro de la Organización Mundial del Turismo, que datan de noviembre del 2007, nos abruma: los ingresos por turismo internacional alcanzaron 733.000 millones de dólares, 2.000 millones diarios en el 2006; representa cerca de 35% de las exportaciones mundiales de servicios, y más del 70% en países menos adelantados; registró 846 millones de llegadas de turistas internacionales en el 2006 (6,5% de crecimiento anual entre 1950 y el 2006); ocupa a más de 260 millones de personas; y prevé para el 2020 la movilización de 1.600 millones de turistas.

En Latinoamérica, comparada con la media de crecimiento del resto del mundo (5%), su crecimiento ha sido mayor: 14% en Centroamérica y 13% en Sudamérica. Esta industria ha desplazado al sector agropecuario en cuanto a la generación de empleo. Es, pues, un sector en explosión y su proyección en términos generales señala una progresión sostenida de crecimiento. Si en 1950 eran 20 millones las personas que viajaban, en el 2020 el número de viajeros internacionales superará los 1.600 millones anuales.

Otros indicadores ratifican el atractivo a futuro de esta industria. Los especialistas señalan que para el 2030 1.200 millones de personas (15% de la población mundial) pertenecerán a la “clase media mundial”, frente a los 400 millones de la actualidad. Este grupo tendrá un poder adquisitivo de entre US\$4.000 y US\$17.000 per cápita y podrá disfrutar de viajes internacionales, comprar automóviles, bienes de consumo duraderos...

La globalización, la tecnología y la ciencia continuarán acercando aun más a los potenciales turistas a la oferta de destinos. Harán lo propio la reducción de los costos de transporte, el aumento de la conectividad aérea, las comunicaciones digitales, las redes tecnológicas del siglo XXI, la incorporación de la mayoría de países en desarrollo a la economía de libre mercado, el aumento significativo del comercio internacional, el incremento de los flujos de capitales y otros factores.

En el Perú, según el Mincetur, en el 2007 ingresaron 1,4 millones de turistas, lo que significa un aumento de 7% con relación al 2006; se ha aumentado el número de días de turistas nacionales a internacionales en 9%; el ingreso de divisas creció en 10% llegando a US\$1.502 millones; actualmente vuelan 2.063 personas más por día que hace un año en rutas nacionales, representando un aumento de 32%; y los turistas extranjeros tienen mayores conexiones al Perú: en los últimos seis meses se ha incrementado en 29% el número de vuelos desde otros países.

Este sostenido crecimiento seguirá en la próxima década, y convertirá al turismo en la palanca que necesita la economía nacional en la generación de nueva riqueza y nuevos empleos, superando los 550 mil que en la actualidad giran en torno a este sector. Son razones fundadas como para que los peruanos tomemos partido por el turismo, cuya resonancia ha sido importante en los primeros años de este siglo; y, sin embargo, puede ser mejor en los próximos años si le inyectamos dinamismo, innovación, gerencia y criterios de sostenibilidad.

Para los organismos especializados, turismo sostenible, en todas sus formas y tipos de destinos, es: buena conservación de los recursos naturales y biológicos; respeto por la diversidad cultural y los valores tradicionales de los pueblos; fomento de actividades económicas que generen oportunidades de empleo para las comunidades anfitrionas. En el caso del Perú, los principios de sostenibilidad (ambiental, económico y sociocultural) exigen la participación de todos los protagonistas, así como un liderazgo político firme para lograr una cooperación amplia. Requiere, por lo demás, un seguimiento constante de los impactos, bajo un enfoque de globalización de mercados, para introducir las medidas preventivas o correctivas que sean necesarias.

Si los recursos naturales y culturales no se tratan de forma responsable, pueden con el tiempo correr el riesgo de dejar de ser atractivos por su fragilidad ante niveles de alto consumo. Por eso, esta industria debe trabajar con un enfoque pragmático y en torno a soluciones realistas para minimizar el impacto que tendrán en el medio ambiente los millones de viajeros.

Los expertos, como el presidente del Consejo Mundial para los Viajes y el Turismo (World Travel & Tourism Council, consolidado como el foro global de la industria turística en el mundo), Jean-Claude Baumgarten, afirman que ya no se debe discutir cómo seguir creciendo, sino “cómo manejar el crecimiento, lo que genera nuevas prioridades”. El cambio climático o la conservación del clima será el gran desafío para esta industria en los próximos tiempos.

¿Cuál es la relación entre los viajes y los problemas como el calentamiento global? Machaconamente nos lo recuerdan científicos de las Naciones Unidas: la emisión de carbón, tanto por medios de transportes (especialmente aviones, cuyo tráfico no deja de incrementarse de manera exponencial) como por la construcción y el funcionamiento de algunos ámbitos de la hotelería. Los esfuerzos deben tender a desarrollar estas potencialidades, sin perjudicar el medio ambiente, permitiendo que las comunidades sean partícipes de los beneficios que otorga la actividad turística.

En conclusión, el turismo es para el Perú una de las vetas económicas de la mayor relevancia. Ofrece grandes oportunidades de inversión y mejores posibilidades de progreso para los habitantes de departamentos, provincias, distritos, poblados y comunidades más distantes, como el comunero puneño al que recordamos al iniciar este libro. Por ahora, después de Cusco y largamente Lima, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, Áncash, Puno e Ica son las zonas arqueológicas más visitadas por turistas nacionales o extranjeros.

La diversidad de sus recursos están en condiciones de ganar mayor reconocimiento y más ventajas respecto de países vecinos. Su megadiversidad (84 de los 104 ecosistemas del mundo) y la amplísima oferta de atractivos (sea culturales, paisajísticos, históricos, de aventura, salud y misticismo, religiosos, etc.) hacen del Perú un país “único” y “exótico” como lo identificaron los ingleses en un estudio de mercado. En términos económicos, estos recursos podrían convertir al turismo en la mayor actividad económica del siglo XXI.

No nos habíamos dado cuenta de ello o no podíamos creerlo hasta no ver cómo las estrellas de Hollywood y el hombre más rico del mundo, Bill Gates, quedaban maravillados con Machu Picchu, motivando el envío de despachos informativos y generando una resonancia mundial que el mayor de los esfuerzos de Prom-Perú no lograría.

Obviamente son numerosos los desafíos que se deben salvar para consolidar una oferta turística de calidad, integrada, sostenible y con mayor grado de profesionalización. Corresponde al Estado eliminar los obstáculos para su despegue, promover estudios detallados del mercado y facilitar las inversiones. Pero, sobre todo, como en el tratado de Sun Tzu, “El Arte de la guerra”, tener “mil ojos y mil oídos” para percibir las tendencias. Por ejemplo, cada vez más son las voces que sostienen que el turismo se encamina hacia una economía de la experiencia (vivencias) que sustituirá paulatinamente a la economía de los servicios. El empeño debería estar orientado a promover experiencias únicas.

Por otro lado, el turista actual tiene experiencia viajera, diversidad de gustos y preferencias, preocupación por el entorno y fragmentación de los períodos vacacionales. De allí que es imperioso que los peruanos tomemos conciencia del turismo y su evolución, de su dinámica y los beneficios que genera. De su contribución como valioso vehículo para elevar el nivel de vida de la población.

Caracterizado por su transversabilidad (involucra infraestructura, temas laborales, medio ambiente, bienes nacionales, fronteras, etc.) y efecto multiplicador, el turismo será en el siglo XXI la palanca financiera o la fortaleza de los países emergentes para consolidar las transformaciones económicas que necesitan para superar el subdesarrollo.

Lo esencial es fortalecer la gestión del sector privado como la del público. El Estado tiene que liderar el sector, especialmente en todo impulso inicial por pequeño que sea; pero el sector privado tiene que comprometerse a tomar la posta una vez que se le entregue las condiciones, la normatividad y las facilitaciones necesarias.

Al empezar este testimonio dijimos que “el turismo es vida” porque tonifica el espíritu, inyecta frescura a nuestras emociones y porque, entre millones de personas de diversos credos y temperamentos, promueve la paz, la cultura, el entendimiento. Es también riqueza porque está demostrado que mueve la economía, moviliza empresas, dinamiza el comercio, el mercado interno, etcétera.

Concluidos los proyectos mencionados en este libro, además de otros que posiblemente se encuentren en proceso de maduración, se consolidará la diversidad de nuestra oferta turística en sus dos ejes: en aquellas actividades vinculadas directamente con el turismo (alojamiento, transporte, agencias de viaje, museos) y en las que se relacionan indirectamente (gastronomía, salones de entretenimiento y más). Entonces, Cusco y Machu Picchu, que copan el 90% del turismo receptivo y cuyas capacidades de acogida tienen un límite, dejarán de ser la única opción, ya que se habrán creado nuevos espacios que se adecuarán a las exigencias de miles de visitantes.

La primera década del siglo XXI nos encuentra ante el inevitable desafío de transformar y convertir nuestra gran diversidad de recursos turísticos en nuevos productos atractivos y de gran calidad, que tengan las condiciones y ofrezcan las garantías necesarias para poder ser comercializados en los exigentes segmentos del mercado internacional.

En el futuro, las opciones turísticas en los ámbitos territoriales y económicos del país desconcentrarán los atractivos saturados por la demanda de mercados emisores clásicos. Pero no hay que buscar la complementariedad como factor de segunda opción del principal, sino que los nuevos destinos, productos o circuitos turísticos deben ser la opción principal. En todo caso, aprovechemos hoy los destinos de gran demanda para promover la información y el desarrollo de rutas que incluyan sitios culturales tradicionales e históricos cercanos (como Puno respecto de Cusco), buscando un desarrollo regional incluyente.

A partir de este hecho, podríamos encaminarnos a lograr icinco millones de turistas para el 2011! y duplicar esa cifra para el 2021. De allí que es imperioso que los peruanos, al tomar partido por la industria del turismo,

continuemos la senda emprendida por los pioneros, a fin de que nuestro producto turístico sea de mejor calidad y más competitivo en el mercado internacional. Lo sustantivo es no caer en la autocomplacencia por los buenos resultados económicos que anualmente se obtengan.

La decimoséptima reunión de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, efectuada en Cartagena de Indias, Colombia, el 29 de noviembre del 2007, votó por el Perú como anfitrión en el 2008 del Día Mundial del Turismo, que se celebrará cada 27 de setiembre. Esta es una excelente oportunidad para sacar provecho mediático. Se suma a la cumbre del APEC 2008 (en la que participarán los líderes de las 21 economías más importantes de la Cuenca del Pacífico) y la Quinta Cumbre de Jefes de Estado y Gobiernos de la Comunidad Europea, América Latina y el Caribe (ALC-UE). Si proyectamos una imagen de país ordenado, estable y emprendedor, habremos ganado la lotería.

Finalmente, les transmitiré mi gran esperanza: en el 2021, el Perú será un país líder en la industria turística de Latinoamérica. Habrá diversificado sus mercados, mejorado sus productos, afirmados sus destinos y sus empresas serán más competentes. El turismo no solo será factor de cohesión social, sino que también será reconocido como pieza clave en el porvenir económico, en el fortalecimiento del orgullo e identidad nacional y su crecimiento se habrá dado respetando los principios de sostenibilidad que el mundo moderno reclama.