

Algo más que derecho para nuestro país: Una perspectiva empresarial para nuestra Cultura Nacional (*)(**)



ENTREVISTA: GASTÓN ACURIO JARAMILLO

Cocinero y Empresario
Presidente de la Asociación Peruana de Gastronomía

La cultura culinaria en el Perú es un espacio que ha tenido una vertiginosa apertura mundial en los últimos años, y ha ganado importante ubicación como parte de nuestra historia, costumbres y forma de vida. Recetas, hay miles; cuentos de los orígenes de ellas, hay cientos, pero son pocas las distinguidas personas que hacen posible que esas miles de recetas y cientos de cuentos sean conocidos no solo por nosotros, sino por el mundo. Y este es el caso de Gastón Acurio.

En la década del noventa no era usual hablar de proyección hacia el exterior en cuanto al rubro gastronómico; mucho menos se pensaba en marcas, franquicias ni estándares relacionados con ese tema. Para el peruano en el extranjero, era una añoranza hacer suyo un plato criollo; para un extranjero en el Perú, tener contacto con nuestra cultura culinaria era una experiencia inesperada, casi una aventura.

Siendo ya el año 2010, nuestras metas son distintas. El día de hoy no relacionamos nuestra variedad gastronómica con recuerdos anecdóticos o lejanas añoranzas, sino que ya en este tramo, nuestras expectativas han cambiado: nuestra nación presenta un rubro más profesionalizado, un nuevo aspecto de nuestra cultura que

* La presente entrevista fue elaborada por Arturo Baselli Gutiérrez y Rolando Castellares Salazar, alumnos del Noveno y Décimo Segundo Ciclo de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lima respectivamente, y miembros de la Comisión de Edición de la Revista ADVOCATUS.

** Agradecemos muy especialmente a los doctores José Tam Pérez y Adrián Simons Pino, sin cuya valiosa colaboración, no hubiera sido posible la realización de la presente entrevista.

constituye una muestra de orgullo e imagen representativa al exterior. Vemos que existen franquicias, que surgen cada vez más marcas, y que se busca proteger el origen y la propiedad de todo elemento que va conformando nuestra cultura culinaria.

Es ya una experiencia empresarial, un ámbito de desarrollo interno, al cual la sociedad le toma interés y busca su impulso y tutela. Son temas que impactan en todo ámbito social y llegan a ser parte de nuestra identidad nacional. Lo impresionante de todo este proceso ha sido que mucho de lo logrado hasta el momento no se ha concretado por quienes sentados en un banco de oro, han vaticinado todos sus ideales cumplidos; sino que, demostrando una vez más la perseverancia del corazón peruano, hay quienes han tenido una actitud emprendedora y proactiva para no solo soñar, sino actuar; actitud que habiendo sido un ejemplo admirado, cada vez se internaliza más como una cualidad que no debe ser de unos, sino de todos.

Queda corto cualquier preámbulo para una de las figuras más representativas de nuestro país a nivel internacional. Además de ser un magnífico chef, se inserta acertadamente en su hoja de vida la denominación de exitoso empresario, autor de varios libros (muchos de ellos reconocidos y premiados tanto en el ámbito nacional como internacional), representante de nuestro país en el exterior, y muchos otros títulos que extenderían esta breve introducción, y que no hacen sino convertirlo en un símbolo peruano que ha dado la vuelta al mundo ganándole un espacio al país que lo vio nacer.

Esta representatividad, encarnizada en Gastón Acurio, produce que no solo sea escuchado por quienes se desarrollan en el arte culinario, sino en otros espacios más, como los sociales y los políticos. No es secreto que la política quiera acercarse a él. No es secreto que sea cercano a todo estrato social y viceversa.

En las líneas que siguen, se desarrollan no solo nuestras inquietudes acerca del éxito de Gastón Acurio, sino también el planteamiento de su visión empresarial en cuanto a la gastronomía, y sobre todo, cómo seguir este desarrollo imperante no solo en dicho rubro, sino en todo aquel que cualquier peruano emprendedor como él, quiera dar a conocer.

1. La imagen que se tiene de Gastón Acurio es la de un empresario exitoso y con alta responsabilidad social. Sobre este último punto, la responsabilidad social de las empresas se ha vuelto una exigencia y demanda por parte de la población y del Estado mismo. ¿Cree usted que bajo la bandera de la "responsabilidad social" muchas veces se les exige a las empresas cumplir los deberes que le correspondían al Estado, o es que nos encontramos en una etapa en la cual el empresariado debe asumir ciertas obligaciones?

En lo absoluto. El rol de una empresa en un país en la situación del Perú no es el de búsqueda de utilidades para la acumulación de riqueza de sus accionistas. El rol es el de la creación de riqueza para generar bienestar y progreso en la sociedad, de manera que las utilidades que se generen sirvan para seguir creando más riqueza, ya sea pagando mejores sueldos a nuestros trabajadores, dedicando lo acumulado a proyectos sociales urgentes, u otros fines igualmente loables, que coadyuven al desarrollo de nuestro país.

Seguramente vendrán otros momentos más individualistas, pero hoy, el rol del empresario es el de acelerar el paso del Perú y ayudarlo en su transe de país pobre, a país rico, y eso solo se logrará construyendo una sociedad con menos diferencias económicas y más igualdad de oportunidades. La frivolidad puede quedar para otro momento.

2. Estando en un mercado globalizado, el poder de las marcas y de la propiedad intelectual ha tomado mucha importancia. ¿Qué papel deben jugar el Estado y los empresarios para que los productos peruanos, y en especial la gastronomía, gocen de protección y sean reconocidas en el mundo entero por su calidad y prestigio?

Debemos eliminar de una vez por todas, el dañino espíritu del cuerpo. En el Perú existen empresarios comprometidos y existen otros que no lo están tanto. El problema es que a veces ellos son amigos, colegas etc., y no se les denuncia por ello. Entonces todo el trabajo

bien hecho por unos, es borrado u opacado por otros, y así no podemos construir una imagen de confianza en la población. Los empresarios peruanos deben ser admirados e imitados por su gente, pero con esa práctica que les comento, esto no será posible.

Lo segundo es que más que proteger la propiedad, debemos caminar hacia la construcción de marcas comunes. Debemos constituir, solidificar y vender la marca "café del Perú" y que esta sea líder y codiciada en el mundo. Lo mismo con el cacao, el chocolate, el maní, la chirimoya y los productos agrícolas peruanos y los textiles. Los textiles del Perú tienen mayor valor que las ropas *made in Italy*.

Pero para ello se necesita unidad en los gremios, unidad para lograr denominaciones de origen y marcas genéricas que representen a todos en términos de excelencia, con valores irrenunciables y con objetivos inmensos como conquistar el mundo al más alto nivel. La gastronomía es un movimiento unido, con principios y valores que defienden antes que nada la marca "paraguas cocina peruana" y debajo de ella los individuos la van desarrollando según esos principios, cada uno a su estilo pero con una alta dosis de mística y compromiso. Lo importante es que sea cual fuera el objetivo planteado, o el rubro con el cual se quiere lograr la presencia del Perú, los peruanos debemos sentirnos identificados con lo que se haga. Sin ello no será posible.

3. Mucho se habla en el comercio moderno sobre "estándares" de producción o comercialización, por ejemplo, en cumplir con ciertos requisitos para poder publicitar u ofertar cierto producto. En ese sentido, ¿cuál es su posición sobre el establecimiento de lineamientos y estándares de calidad en cuanto a los productos gastronómicos peruanos o aquellos que sin ser gastronómicos transmiten directa o indirectamente nuestra cultura en el exterior? ¿Cree que se debe generar un marco institucional para resguardar una uniformidad o la conservación de los estándares en cuanto a la transmisión de nuestra cultura en el exterior?

Es lo que hablábamos.

Una cosa es una marca genérica como "café del Perú", en donde los productores se ponen de acuerdo en un estándar mínimo de calidad para que pueda ser reconocido como tal: a partir de ahí, hacia arriba lo que quieran. Pero el "café del Perú" tiene que tener ese estándar mínimo que identifique su calidad y brinde confianza al consumidor internacional. Luego puede haber comercio justo de café orgánico, cosechado a mano, tostado en leña o combinación de cafés, etc., etc.

Pero deben haber estándares que todos respeten y si no, palo: No pueden llamarse "café del Perú".

Lo mismo en la cocina. Cada uno hace un estilo, pero todos son cocina peruana. Eso nos une, la calidad, la excelencia, la perfección. Lo peruano. Los sabores. Entonces, hoy Grimanesa, la señora de los anticuchos, representa exactamente lo mismo que Astrid y Gastón. Los une todo. La única diferencia es que ella hace anticuchos y el otro alta cocina, pero somos parte de la misma marca.

4. Por otro lado, ya que somos estudiantes de derecho, no podemos evitar sentir curiosidad con respecto a los aspectos, podría decirse "formales", de lo que usted ha venido haciendo. En ese sentido, los trámites administrativos para Mistura, ¿se dieron de manera fluida, lenta, burocrática? ¿Cuál fue el apoyo de la municipalidad y de las autoridades en general para su organización? ¿Cuáles cree que son las trabas normativas y burocráticas que hacen más difícil el desarrollo de la gastronomía y de todo aquello que conforma nuestro patrimonio cultural, a nivel internacional?

La municipalidad nos quiso cobrar como evento no cultural. Todos trabajamos *ad honorem* para organizarla, los auspiciadores nos pagaron para montarla. Los resultados fueron siempre para fomentar proyectos culturales, la propuesta generó muchas oportunidades a quienes poco tienen, y en general fue la manifestación cultural más importante del año para una Lima que

quiere proyectarse al futuro. Y sin embargo un funcionario dijo que ellos no se merecían cobrar. "Todos dábamos y ellos cobraban".

Al final nos pusimos duros y lo aceptaron.

Todavía no se entiende que la cultura es sobre todo un gran motor económico. Está totalmente subvalorada.

5. Con respecto a las relaciones laborales, ¿aplica sistemas de capacitación respecto a su personal? ¿Cómo se benefician sus restaurantes con ello? ¿Cree usted que una forma importante de motivar y promover un mejor trabajo en equipo y reflejar una mejor organización empresarial es precisamente educando a quienes constituyen la fuerza de trabajo?

Las empresas en el Perú, que es un país con una educación básica y esencialmente pública, deben destinar el diez por ciento de su presupuesto hacia la capacitación. Si no, estaríamos retrocediendo.

Si tuviéramos una educación pública de calidad, otro sería el tema, pero tenemos que cubrir esa brecha si queremos ser competitivos mundialmente. Ello es lo que, personalmente, intento hacer en lo que se encuentra a mi alcance.

Todos los esfuerzos deben ser ahora, y debemos trabajar para que la educación pública peruana algún día sea mejor que la privada.

6. Tanto de parte del Estado como del sector privado, se ha venido incentivando la creación de micro y pequeñas empresas, otorgando facilidades, oportunidades y beneficios para permitir la creación y formalización de esas formas empresariales. En su opinión, ¿estaría de acuerdo en que, como parte de la política del Estado, se incluya en los planes de colegios y universidades cursos básicos sobre administración y constitución de empresas?

Totalmente de acuerdo. Administración, constitución de empresas, identidad cultural, gastronomía. Siendo para el peruano su gastronomía

su mayor elemento de identidad, es increíble que no esté.

Es mejor saber cómo viene un cebiche, que la vida de Abelardo Quiñones; así de simple. China, Japón, Francia, incluyen en su currícula educativa, conocimientos de cultura de su gastronomía porque es la manera de construir más ciudadanos seguros de su origen. De donde vienen y hacia donde van.

7. Ha logrado identificar un denominador común y reivindicar un aspecto cultural, la gastronomía, para unir a todos los peruanos y sentirnos orgullosos de nuestra riqueza culinaria. En su opinión, ¿qué otros denominadores comunes existen en nuestro país para hacerlos sentir más cercanos e integrados como nación? ¿Hacia dónde cree usted que debe apuntar el empresariado, la política y en sí la sociedad, para poder desarrollar otros sectores que tengan potencial para surgir, como ha ocurrido con la gastronomía?

En todos está esa posibilidad.

Los peruanos queremos admirar al empresario, al textil, al policía, al juez, al abogado, queremos mirarnos unos a otros sintiéndonos parte de algo mucho más importante que nuestros problemas cotidianos. Queremos ser parte de un gran cambio, pero primero debemos dar mensajes de humildad, de dar antes que recibir, de pensar en el otro antes que en uno mismo. Si damos el ejemplo todos los días, la confianza se verá restablecida y entonces lograremos lo que logró nuestra cocina. En la medida que admiremos al otro peruano por ser diferente y no lo despreciamos, entonces podremos hablar de una nación cohesionada que camina hacia un gran futuro.

8. Con respecto a aspectos más personales, llegó un momento en su vida en que tuvo que tomar una importante decisión: precisamente

escoger el rumbo que debía seguir, y escogió la gastronomía. En tal sentido, ha generado toda una "revolución" desde esa perspectiva y ha impuesto una "nueva moda" tanto para los consumidores como para los empresarios. ¿Cree usted que de haber elegido el otro camino (el derecho) habría revolucionado algún aspecto de los muchos que son "jurídicamente criticados", o tal vez de los que no lo son? ¿Cuál podría haber sido?

En el derecho, una revolución es urgente.

Los centros de conciliación no concilian nada, ni descargan un solo juicio.

Las demandas no tienen ningún filtro. Yo puedo enjuiciarte mañana porque no me ha gustado tu pregunta y mi demanda será admitida. Los juicios tienen que tener un plazo de días y sino los jueces deben ser sancionados.

Los abogados deberían ser policías de los abogados, para sancionarlos cuando descubran que coimean, o sea que hicieron trampa, y en general, la justicia peruana debe ser orgullo de todos los peruanos y garantía de inversión en el Perú para los inversionistas mundiales. Lamentablemente estamos muy lejos de ello.

9. Respecto a sus estudios de derecho, ¿qué aspectos de su formación en la carrera han tenido importancia en su desenvolvimiento empresarial? ¿Habría logrado lo que hasta ahora si no hubiera estudiado nunca esa carrera?

Nosotros no cocinamos, nosotros hacemos política gastronómica con objetivos muy grandes para el Perú. En ese sentido el derecho sin duda ayudó y seguirá ayudando. A veces pienso que los juicios deberían hacerse en comedores. Quizás la buena vibra imperante haga florecer en ello su verdadera sazón, que no es otra que la de hacer justicia.