CÁMARA URUGUAYO JAPONESA DE COMERCIO E INDUSTRIA

100 años de un relacionamiento que se fortalece

Aniversario

Conmemoración del centenario de la diplomacia entre Japón y Uruguay

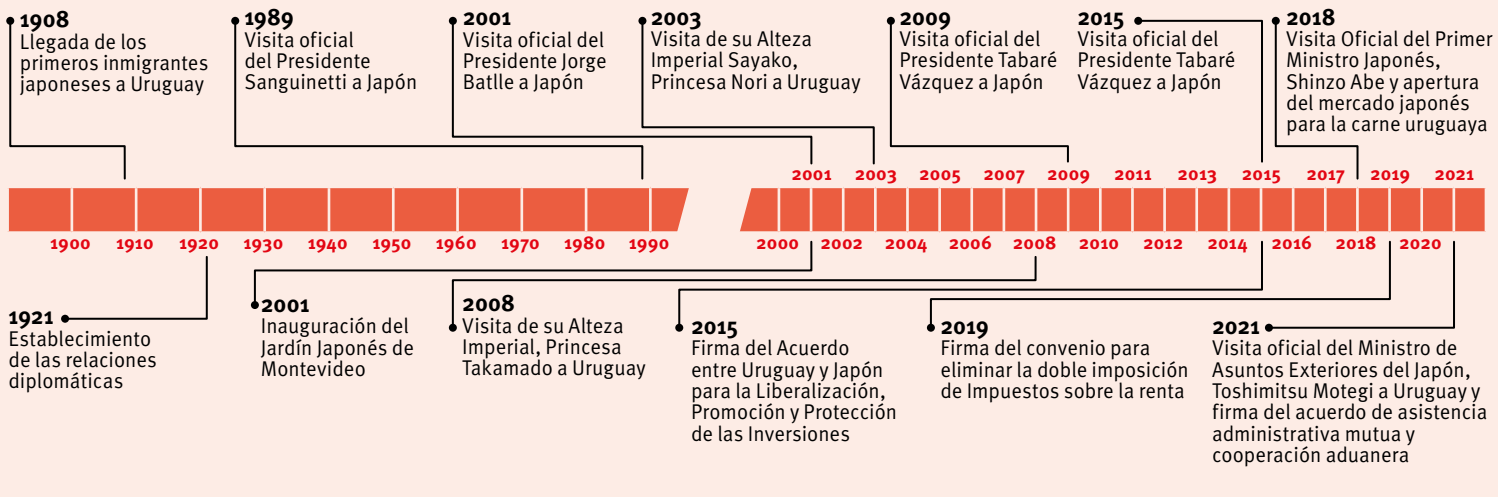
URUGUAY Y JAPÓN TIENEN UNA RICA HISTORIA DE RELACIONES DIPLOMÁTICAS QUE TIENE SU INICIO EN EL AÑO 1921. LUEGO DE UNA PAUSA POR EL PERÍODO QUE DURÓ LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, AMBOS PAÍSES RETOMARON EL VÍNCULO QUE SE HA FORTALECIDO Y SE MANTIENE EN LA ACTUALIDAD

Apesar de estar geográficamente lejos, Japón y Uruguay se han mantenido cerca y han generado una amplia historia del vínculo diplomático entre las naciones.

VISITA DEL PRIMER MINISTRO JAPONÉS SHINZO ABE EN 2018

VISTA DEL CANCILLER JAPONÉS TOSHIMITSU MOTEGI ESTE AÑO

Principales hitos diplomáticos



Inmigración

La inmigración japonesa hacia nuestro continente se inicia en 1899, en tanto que los registros indican que el primer ciudadano japonés en arribar a Uruguay data de 1908, con la apertura de una sucursal en Montevideo de una tienda japonesa instalada en Buenos Aires. A partir de entonces la llegada de japoneses a suelo uruguayo siguió un proceso particular y diferente al resto de Latinoamérica. Mientras que, en otros países de la región, los inmigrantes japoneses llegaron en grupos numerosos y se afincaron en colonias, en Uruguay llegaron en su mayoría de manera individual y de forma indirecta después de haber migrado a países de la región como Brasil, Argentina y Paraguay.

> LA INMIGRACIÓN JAPONESA A URUGUAY FUE DISTINTA A LA DE LA REGIÓN

Hitos diplomáticos

Ya con algunos ciudadanos japoneses instalados en Uruguay, 1921 es el año en el que ambas naciones establecieron las relaciones diplomáticas. En 1989 fue la primera vez que un Presidente uruguayo visitó el país asiático en misión oficial. Julio María Sanguinetti, el entonces mandatario de Uruguay, viajó junto con una comitiva empresarial. No fue hasta doce años después que otro Presidente uruguayo viajó a Japón. En 2001, el Presidente Jorge Batlle viajó junto con una misión empresarial y participó de encuentros con autoridades y empresarios japoneses.

En ese mismo año, se inauguró en Montevideo el Jardín Japonés, como una donación de Japón por la celebración de las relaciones diplomáticas entre Uruguay y ese país. El nombre oficial es Jardín Heisei y está ubicado en la zona del Prado en el predio del museo Juan Manuel Blanes. En 2003, Uruguay recibió por primera vez a un integrante de la familia imperial japonesa. En esa ocasión, la Princesa Sayako, hija del Emperador japonés Akihito, visitó el país durante 5 días con una cargada agenda. Posteriormente, en 2008 y en ocasión de la celebración de los 100 años de la comunidad japonesa en Uruguay, la Princesa Takamado estuvo de visita y plantó como símbolo de la conmemoración, un árbol típico de su país.

Durante sus dos mandatos, en 2009 y 2015, el Presidente Tabaré Vázquez realizó visitas oficiales al país asiático. Durante la primera que duró seis días, Vázquez mantuvo reuniones con empresarios japoneses, fue recibido por el Primer Ministro Shinzo Abe y además visitó en el Palacio Imperial al Emperador Akihito, hecho que se repitió en la segunda misión. En 2015, además, Japón y Uruguay suscribieron un acuerdo para la Liberalización, Promoción y Protección de Inversiones.

Durante 2018, se produjo un hecho diplomático inédito con la visita del Primer Ministro Shinzo Abe a Montevideo porque no existía antecedentes de visita de un gobernador japonés con ese rango al país. En dicha ocasión, fue aprobado el ingreso de carne uruguaya sin hueso al mercado japonés, tras casi una década de negociaciones y visitas técnicas.

INMIGRANTES JAPONESES

En el año 2019, el entonces Presidente Tabaré Vázquez firmó junto al Embajador Tatsuhiro Shindo un convenio entre Japón y Uruguay para eliminar la doble Imposición en materia de impuestos sobre la renta y prevenir la evasión y elusión fiscal. El objetivo de este acuerdo es establecer el reparto de potestades tributarias entre los países, para gravar aquellas rentas provenientes de operaciones que involucran al menos a un residente de uno de dichos Estados.

El hecho destacable más cercano en el tiempo ocurrió este año cuando el 6 de enero, el Presidente Luis Lacalle Pou recibió al Ministro de Asuntos Exteriores de Japón, Toshimitsu Motegi, en el marco de las celebraciones por los 100 años de las relaciones diplomáticas entre Japón y Uruguay. Previo a ese encuentro, el Ministro se había reunido con el canciller uruguayo, Francisco Bustillo, y firmado un acuerdo de asistencia mutua y cooperación en materia aduanera.

AYAX TOYOTA

RESPETO, GRATITUD Y HONESTIDAD

Pilares de marca y de la relación
con nuestro país desde hace 100 años.

CURCIOCAPITAL
SINCE 1945

Montevideo | Rondeau y Valparaíso | T 2924 0918 - 2682 6161 | info@ayaxonline.com
Punta del Este | Av. Pedragosa Sierra esq. Julio Herrera y Reissig | T 2929 3221 | infopunta@ayaxonline.com
toyota.com.uy y red nacional de concesionarios

LUBRICANTES ANCAP

Mensaje del Canciller Francisco Bustillo

Uruguay y Japón, dos naciones con historia y un gran futuro en común

El centenario de las relaciones diplomáticas entre las naciones es una ocasión para repasar la historia que nos une y para reflexionar sobre las oportunidades que el futuro nos ofrece sobre la base de un relacionamiento estrecho, sólido y de cooperación mutua

Celebrar o en este caso conmemorar 100 años, son una buena instancia para darle una mirada atenta al tiempo transcurrido y esta no es una excepción. En ocasión del centenario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre Uruguay y Japón, es para mí un inmenso honor compartir algunas reflexiones sobre el trayecto que nuestros países han recorrido juntos durante este tiempo. Pero también para mirar hacia el futuro, porque todavía nos queda mucho camino por delante.

El comienzo de nuestras relaciones diplomáticas en 1921 formalizó un vínculo que se inició mucho antes, con la llegada de los primeros inmigrantes japoneses al Uruguay. El legado de estos pioneros resurge cada primavera en la Feria Floral de La Paz o en cada cosecha, en emprendimientos como los arrozales que aún cultivan uruguayos de origen japonés – 'Nikkei' – en La Coronilla. Existe un simbolismo muy particular que identifica a aquellos migrantes que se abrían camino en un país joven y prometedor anclado en el corazón de la América del Sur.

En 2018 fue la primera visita oficial de un Primer Ministro japonés

Y aunque el pasado nos ayuda a entender la intensidad y el vigor de nuestra amistad, resulta más fructífero observar el presente y proyectarse hacia el futuro, que seguramente seguirá teniendo a nuestros países defendiendo valores y principios comunes, como el respeto del derecho internacional, la vigencia del Estado de derecho, la defensa de la democracia y de los derechos humanos y la solución pacífica de las controversias. A pesar de nuestra lejanía geográfica o de los avatares diferentes que la historia nos ha deparado, hay un valor supremo que nos es común, y es nuestro aprecio por la paz.

Además, ambos países coincidimos en la necesidad de defender el libre comercio y el rol de la cooperación internacional, particularmente en el contexto de la pandemia del COVID-19, para afrontar los desafíos que se plantean a futuro.

Visita oficial del canciller Toshimitsu Motegi

En el marco de estos principios rectores y puntos en común, en los últimos años hemos podido estrechar aún más nuestros lazos. Prueba de ello es la visita oficial en 2018 del entonces Primer Ministro japonés, Shinzo Abe, la primera vez que un jefe de Gobierno de Japón vino a nuestro país. Sin dudas, esta instancia sirvió para dar un nuevo impulso a esta amistad centenaria.

Ese mismo año, la reapertura del mercado japonés para la carne vacuna uruguaya marcó un hito en nuestras relaciones comerciales, que se han multiplicado considerablemente en volumen y en valor en los últimos años. Las empresas uruguayas miran al mercado japonés como una oportunidad para internacionalizar sus operaciones y Japón es un faro en materia de economía del conocimiento, economía verde y desarrollo tecnológico.

Desde 2004, la presencia en Tokio de GeneXus, una compañía insignia de la industria uruguaya del software, representa el potencial del conocimiento uruguayo para brindar soluciones tecnológicas a mercados con altísimos estándares de calidad como, como lo es el de Japón. A su vez, son numerosas las empresas japonesas que han elegido invertir en Uruguay o radicar aquí sus actividades comerciales, en rubros que van desde el sector químico hasta el automotriz, pasando por la logística, la distribución o la industria alimentaria.

En enero de 2021, tuve el agrado de recibir en Montevideo al Ministro de Asuntos Exteriores de Japón, Toshimitsu Motegi. Esta visita oficial, efectuada en medio de las incertidumbres generadas por la pandemia, fue una demostración más sobre el valor que le asignamos a nuestros vínculos bilaterales. En esa ocasión, pudimos firmar un acuerdo de asistencia administrativa mutua y cooperación en materia aduanera, un documento que sin dudas contribuirá al fortalecimiento de nuestras políticas comerciales, a combatir los ilícitos aduaneros y al mismo tiempo a facilitar el comercio legítimo. Así, profundizamos la línea ya trazada por el acuerdo destinado a evitar la doble tributación, suscrito en 2019, con el fin de promover y proteger las relaciones económicas y comerciales bilaterales.

Ambos países firmaron un acuerdo que fortalece las políticas comerciales

De nuestra parte, tenemos la firme intención de poder concretar una visita oficial del Presidente de la República, Dr. Luis Lacalle Pou, al Japón antes de finalizar el presente año.

Justo es recordar que Japón no ha dudado en tenderle una mano al Uruguay siempre que ha podido. Nos lo recuerdan las ambulancias o el equipamiento médico y científico que lleva el sello de JICA o los cientos de becarios uruguayos que pudieron perfeccionar sus conocimientos en Japón. Ante la amenaza de la pandemia que atravesamos, Japón puso a disposición de todos los uruguayos medio millón de dólares, destinados a fortalecer las capacidades en telemedicina y asegurar la asistencia sanitaria en cada rincón del país. Uruguay pudo demostrar también su afecto por Japón, en ocasión del envío de alimentos tras el terremoto y tsunami de 2011.

El Presidente Lacalle Pou tiene la intención de viajar a Japón

En suma, la cercanía de Uruguay con Japón es inversamente proporcional a la distancia física que nos separa y nos plantea en la actualidad una nutrida hoja de ruta para seguir progresando, liderando e inspirando juntos, guiados por nuestra vocación común por la paz y la libertad. En breve, los Juegos Olímpicos de Tokio serán una oportunidad para seguir acercándonos: la delegación uruguaya acudirá a la cita y transmitirá en nombre de todos los uruguayos, el profundo sentimiento de amistad que profesamos por el pueblo japonés.

EN ESTE

2021

CUMPLIMOS **41** AÑOS DE SUZUKI EN URUGUAY

Y SE CUMPLEN **100** AÑOS DE RELACIONES BILATERALES URUGUAY-JAPÓN

SUSA SUZUKI saluda a la cámara Uruguayo Japonesa de Comercio e Industria en este aniversario.

SUSA SUZUKI

UNA HISTORIA DE UNIDAD

Embajador del Japón Tatsuhiro Shindo

Historia de dos naciones con sólidos cimientos y valores compartidos

CON MOTIVO DE LA CONMEMORACIÓN DE LOS 100 AÑOS DE RELACIONES DIPLOMÁTICAS ENTRE URUGUAY Y JAPÓN, EL EMBAJADOR TATSUHIRO SHINDO REPASÓ LA CONFORMACIÓN DE LA COMUNIDAD NIKKEI EN EL PAÍS Y RESALTÓ LOS PRINCIPALES HITOS EN EL VÍNCULO ENTRE AMBOS PAÍSES

EMBAJADOR DEL JAPÓN, TATSUHIRO SHINDO

PLANTACIÓN DE UN CEREZO EN LA RURAL DEL PRADO

Tatsuhiro Shindo tiene una extensa trayectoria en el ámbito internacional. Es Embajador en Uruguay desde 2018 y además es Presidente Honorario del Comité Organizador del festejo del centenario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre Uruguay y Japón.

¿Cómo se siente viviendo en Uruguay desde hace tres años?
Me siento muy feliz y orgulloso de poder trabajar como Embajador del Japón en Uruguay. Tuve la oportunidad de visitar varios países del mundo, pero estoy convencido de que Uruguay es uno de los países más maravillosos del mundo.

En otras instancias ha comentado que le gusta el vino Tannat y el asado uruguayo. ¿Qué otra costumbre ha adoptado desde su llegada?
Me encanta la gastronomía uruguaya. Tengo un récord de comer asado cinco veces en la misma semana. Y siempre recomiendo el chivito como uno de los platos típicos uruguayos. También me gusta el ritual del mate asociado a la amistad y cordialidad. Lamento que la pandemia nos impida practicar esa linda costumbre.

> “El vínculo entre ambos pueblos también se ha fortalecido a través de la cooperación internacional”

Aparte de la gastronomía, me interesan los eventos culturales. Hasta ahora, tuve la oportunidad de conocer el carnaval y los espectáculos de tango.

Me sentí muy cercano a Uruguay cuando asistí al partido de Uruguay contra Fiji durante la Copa Mundial de Rugby en Japón en el año 2019. La victoria de Los Teros fue una gran hazaña y nos revolucionó a todos los que estábamos allí; tuve el honor de presenciar en vivo la garra charrúa, el esfuerzo y la fortaleza de los uruguayos, que llegó a los corazones de todos los espectadores y lugareños.

¿Qué valores comparten Japón y Uruguay?
A través de mi experiencia en este tiempo que he vivido aquí, considero que japoneses y uruguayos tenemos muchos valores en común. Ambas culturas valoran la humildad y la modestia, el cuidado de los vínculos “Kizuna” entre las personas y la importancia de la familia. “Kizuna” en japonés significa vínculo emocional, un concepto al cual le doy mucha importancia, que representa la unión especial entre las personas, que nos hacen crecer en solidaridad, confianza, respeto y comprensión. En ambos pueblos nos gusta conservar nuestras tradiciones y las celebramos. Tuve oportunidad de apreciarlo cuando conocí la fiesta de la Patria Gaucha, pude ver cómo conservan con orgullo la tradicional vestimenta, la forma de preparar las carnes, el ritual del mate que valora el compartir y los une al prójimo. En Japón por ejemplo practicamos la ceremonia del té, aunque diferente en su forma de realizarlo y sus materiales, en esencia también están presentes los valores del compartir y de agasajo hacia el otro.

También compartimos el gran aprecio de la población por las expresiones culturales: la música, las artes plásticas y escénicas, la literatura. Todas ellas con exponentes uruguayos reconocidos mundialmente. El gran Mario Benedetti por ejemplo, nos une a través de su “Haiku”, un género poético de origen japonés, habiendo sido Benedetti uno de los más importantes cultores de este género en el mundo occidental.

> “Anhelo que las próximas generaciones sean las protagonistas de los próximos 100 años de relacionamiento”

Japoneses y uruguayos admiramos la naturaleza y en las tantas visitas a diferentes rincones del Uruguay, siempre disfruto de sus hermosos paisajes, aprecio sus praderas verdes y el cielo celeste tan puro e intenso. En Japón en particular apreciamos las flores de cerezos en cada primavera, con ellas todo vuelve a renacer y nos llena de esperanzas e inspiración. Es por eso que, como símbolo de amistad, hemos plantado árboles de cerezos en distintas localidades del Uruguay junto a su comunidad, esperando que los árboles crezcan fuertes como los lazos que nos unen como pueblos y cada primavera florezcan también aquí de forma bella y esperanzadora.

Este año se celebra el centenario de las relaciones diplomáticas entre Japón y Uruguay. ¿Cómo definiría el vínculo entre ambos países en la actualidad?
Japón y Uruguay tienen una larga historia de amistad que comienza incluso antes del establecimiento de las relaciones diplomáticas en setiembre de 1921. Comenzó con la llegada de los primeros ciudadanos japoneses al Uruguay por 1908 y posteriormente la llegada de familias que se establecieron en esta tierra, haciendo de ella su hogar y conformando la comunidad “Nikkei”, es decir la comunidad de inmigrantes japoneses y sus descendientes. La integración de esta comunidad a la sociedad uruguaya, su contribución a ella partir de los valores del trabajo duro, honradez y convivencia pacífica, han conformado los sólidos cimientos de estos 100 años de relaciones diplomáticas y una historia de amistad sincera.

En cuanto al vínculo en la actualidad, ambos países compartimos valores fundamentales como la democracia, la libertad, los derechos humanos, el estado de derecho y el libre comercio. Esto hace al Uruguay un socio importante para Japón en distintas áreas, en particular en el ámbito internacional donde hemos tenido oportunidades de cooperación. En los últimos años, estas relaciones bilaterales se están fortaleciendo aún más. En diciembre del año 2018, el Primer Ministro Shinzo Abe visitó Uruguay, siendo la primera visita oficial de un jefe de gobierno japonés. Durante esa visita histórica, junto con el Presidente de entonces, Dr. Tabaré Vázquez, anunciaron la reapertura bilateral del comercio de carne vacuna, que impulsaba el fortalecimiento de la relación económica entre los dos países.

Para profundizar estas relaciones comerciales y económicas, después de la entrada en vigor del Acuerdo de Liberalización, Promoción y Protección de Inversiones

en 2017, firmamos dos acuerdos: el convenio para eliminar la doble tributación y el acuerdo aduanero. Los dos están en la última etapa antes de entrar en vigor y espero que podamos consolidar la base de comercio e inversión entre los dos países a través de estos marcos legales. Tengo la convicción de que es necesario impulsar el comercio y la inversión de manera mutua, que ambas partes se beneficien en una relación "ganar-ganar". Uruguay es un socio con quien podemos lograrlo.

A LO LARGO DE 2021 SE PLANTARÁN ÁRBOLES DE CEREZO EN TODO EL PAÍS

EQUIPO MÓVIL DE MAMOGRAFÍA DONADO POR LA EMBAJADA

El vínculo entre ambos pueblos también se ha fortalecido a través de la cooperación internacional. Para fortalecer el vínculo entre los dos pueblos, el gobierno de Japón da mucha importancia a la cooperación, especialmente en el área de salud, educación y la asistencia médica que mejora las condiciones de las personas en situación de vulnerabilidad y ayuda a eliminar las brechas. El año pasado en el mes de la prevención del cáncer de mama, el Parlamento nacional y ASSE organizaron un evento liderado por la vicepresidenta Beatriz Argimón e instalaron en la explanada del Palacio Legislativo, un equipo móvil de mamografía y digitalizador de imágenes que la Embajada del Japón había donado días atrás al departamento de Tacuarembó. Fue una satisfacción muy grande que el equipo donado fuera presentado allí para realizar estudios y ayudar a concientizar sobre la prevención y el diagnóstico oportuno; además de haber sido presentado como un caso de buena práctica de cooperación internacional.

¿Están previstos algunos eventos o actividades para celebrar los 100 años?
En enero de este año, el canciller japonés, Toshimitsu Motegi, realizó una visita oficial a Uruguay. Durante la visita se reunió con el Presidente Luis Lacalle Pou, y previamente, junto al canciller Francisco Bustillo, hicieron público el logotipo del centenario de las relaciones diplomáticas en el Palacio Santos. Con esa visita oficial del Canciller, comenzamos la celebración de los 100 años. Para realizar los eventos conmemorativos, se ha formado el Comité Organizador, presidido por el Sr. Isidoro Hodara y estamos planeando varias actividades a lo largo del 2021 como la plantación de árboles de cerezos en todo el Uruguay, la emisión del sello postal conmemorativo, eventos culturales y seminarios.

Al nivel político, el Presidente Lacalle Pou tiene la intención de visitar Japón este año, lo que sería un hito del centenario, si las circunstancias en torno al COVID-19 y la agenda política se lo permiten. Sería una muy buena oportunidad para fortalecer mayormente las relaciones entre los dos países.

¿Cuál es el legado que las próximas generaciones de uruguayos y japoneses tendrán sobre el relacionamiento entre ambos países?
Anhelo que los más jóvenes profundicen el entendimiento mutuo a través del intercambio personal, y las próximas generaciones sean los protagonistas de los próximos 100 años de relacionamiento entre Japón y Uruguay. A pesar de la distancia geográfica que separa a los dos países, los valores que compartimos y la atracción que existe entre ambas culturas, ya sea a través del deporte, las artes, el idioma; estoy seguro de que nuestros vínculos "Kizuna" se seguirán fortaleciendo cada vez más.

SE CONFORMÓ UN COMITÉ ORGANIZADOR PARA CELEBRAR LOS 100 AÑOS

Isidoro Hodara – Presidente de la Cámara Uruguayo Japonesa de Comercio e Industria

Alta exigencia y productos de calidad, factores clave del mercado japonés

El intercambio de productos y servicios entre Uruguay y Japón es variado. Según datos de la gremial, la carne vacuna es el principal producto colocado en Japón, luego de su habilitación en el año 2019 después de 19 años y tras casi una década de negociación

Presentación de la carne Wagyu

Isidoro Hodara, Presidente de la gremial

La Cámara Uruguayo Japonesa de Comercio e Industria está integrada por casi 50 socios de diferentes rubros de actividad.

¿Cuál es el objetivo y la misión principal de la Cámara Uruguayo Japonesa de Comercio e Industria?
Nuestro objetivo es impulsar el crecimiento de las relaciones comerciales y económicas entre Japón y Uruguay. Nuestra misión, agrupar y asesorar a todas aquellas empresas, instituciones o personas de ambos países con interés en comenzar o profundizar relaciones comerciales, financieras o socioeconómicas. Nuestra visión, ser una gremial especializada y profesional en informar y asesorar en materia de relaciones comerciales y económicas entre Japón y Uruguay y contribuir a la formalización de contactos entre empresas de ambos países.

> La Cámara tiene cerca de 50 socios de distintos rubros

¿Cuáles son los principales negocios que existen entre ambos países?
En lo que respecta al comercio de mercaderías recientemente se procesó un cambio importante en las exportaciones. Como consecuencia de la habilitación sanitaria para la carne vacuna uruguaya en el mercado japonés, este rubro se ubicó rápidamente en el primer lugar en el ranking de nuestras colocaciones en Japón. Anteriormente ese primer lugar el concentrado de bebidas gaseosas exportado desde la zona franca de Colonia. Se exportan además volúmenes de cierto interés de productos lácteos, lana, cigarros y manufacturas de tabaco, caviar. Japón es un mercado exigente de productos de calidad, por lo que el hecho de ser proveedor de bienes apreciados por el consumidor japonés tiene un efecto derrame en otros mercados de exportación.

En cuanto a las importaciones desde Japón, históricamente se han concentrado en vehículos de transporte de pasajeros, impresoras, instrumentos y aparatos para análisis, dispositivos médicos, y una gran variedad de productos que en total alcanzaron a unos 41 millones de dólares en 2020 (64 en 2019 y 53 en 2018 de acuerdo a las cifras de fuente japonesa). Las importaciones japonesas desde Uruguay vienen en franca recuperación, pasando de U$S 12 millones en 2018 a 28 millones en 2019 y a 36 en 2020, siempre utilizando las cifras de fuente japonesa.

En materia de inversiones, corresponde destacar entre las inversiones japonesas más relevantes, la adquisición del frigorífico BPU por parte del importante grupo Japonés NH Foods. En el campo de las inversiones uruguayas en Japón cabe indicar que la empresa uruguaya de software Genexus tiene desde varios años una rama en Japón.

¿Por qué es tan atractivo el mercado japonés para Uruguay y el uruguayo para Japón?
Japón puede ser, por su exigencia, un mercado muy atractivo para los productos de calidad. También lo es por su potencial de consumo. Tengamos presente que es uno de los principales importadores de carne en el mundo y sus dos principales proveedores, Australia y EE.UU. El hecho de que ambos competidores cuenten con condiciones preferenciales de acceso hace, por cierto, más deseable que se concreten tales preferencias para los productos uruguayos. Para las empresas japonesas, el interés puede estar, no solo en hacer negocios para el mercado uruguayo, sino en hacer negocios a través de Uruguay, vía Uruguay o desde Uruguay para optimizar su presencia en la región sudamericana.

> “Nuestro objetivo es impulsar el crecimiento de las relaciones comerciales y económicas entre Japón y Uruguay”

Como miembro del Comité Organizador del Festejo del Centenario de las Relaciones Diplomáticas entre Uruguay y Japón, ¿qué puede comentar acerca de los eventos que se han realizado y se seguirán haciendo para celebrar los 100 años?
El Comité ha organizado su labor estableciendo subcomités en áreas como el Comercio, Cultura o las Finanzas. Cada uno tiene un extenso programa de actividades, varios ya realizados y otros a la espera de la marcha de acontecimientos como la pandemia. El Ministro de Relaciones Exteriores japonés ya ha oficializado la invitación al Sr. Presidente de la República para realizar una visita oficial en el curso del presente año. En tal caso, acompañará al Sr. Presidente una delegación empresarial. Corresponde señalar que la actividad del comité ya ha sido declarada de interés ministerial por las carteras de Cultura, Relaciones Exteriores, Economía, Industria, Agricultura y Turismo y de interés nacional por el Poder Ejecutivo.

¿Qué se puede hacer para continuar fortaleciendo el relacionamiento entre ambos países?
Además de incrementar las actuales corrientes de comercio, inversión, cooperación e intercambio técnico y cultural, podemos atrevernos a aspirar a un mayor acercamiento en materia de acuerdos comerciales. Japón puede además colaborar con Uruguay a insertarse en el espacio Asia-Pacífico, un área de un extraordinario dinamismo comercial.

CENTÉSIMO ANIVERSARIO
DE RELACIONES DIPLOMÁTICAS
JAPÓN - URUGUAY
1921 - 2021

El logo fue diseñado por Guillermo Urbín Laborde

Pacifil - Tashiro y Takata

Empresa pionera con el sello japonés

CON ORIGEN EN LA FLORICULTURA, TRABAJAN PARA BRINDAR PRODUCTOS DE ALTÍSIMA CALIDAD, OFRECIENDO RESPALDO Y CONFIANZA A LOS CLIENTES

Como muchas de las historias de inmigrantes japoneses que llegaron a Uruguay en la década del 30, la empresa de polietileno, Pacifil - Tashiro y Takata, tiene sus orígenes en la floricultura. El emprendimiento surgió en 1979 cuando los primos Luis Tashiro y Oscar Takata, que se dedicaban junto a sus familias a la floricultura, decidieron buscar una solución eficaz para proteger sus plantaciones. En ese momento, las plantaciones de flores se protegían en invernaderos de vidrio, los que, si bien cumplían su función, eran muy delicados ante eventos climáticos como las noches de granizo. En un viaje a Japón, el tío de los primos conoció el uso del polietileno en los invernaderos y así ellos decidieron comenzar a utilizarlo. Al constatar la eficacia del producto y viendo el interés de otros productores, comenzaron su negocio, dejando de lado el trabajo con las flores. En un comienzo se dedicaban a la importación y venta en plaza de film de polietileno para invernaderos. Una vez avanzados, Tashiro y Takata decidieron instalar la primera fábrica especializada en ese tipo de material en el país. Con el transcurso de los años, comenzaron a desarrollar distintos productos derivados del polietileno para uso comercial como bolsas impresas para diversas aplicaciones y bolsas en rollo con Sistema Unisold. También comenzaron a fabricar films en medidas superiores y con el crecimiento que esto generó, la empresa volvió a expandirse y el proyecto fue declarado de interés nacional. El trabajo continuó dando frutos y la oferta se amplió con la fabricación de bolsas de silo para el almacenamiento de granos y forrajes, como consecuencia de la firma de un contrato con una empresa estadounidense. Esta expansión les permitió comenzar a contemplar la demanda interna y la de exportación. Actualmente la empresa cuenta con 80 empleados.

Sello japonés

La descendencia japonesa tuvo su impronta en la empresa desde el momento de su creación, siendo

PLANTA DE PACIFIL - TASHIRO Y TAKATA

Luis Tashiro y Oscar Takata, hijos de japoneses que emigraron a Uruguay con sus familias en 1930. Actualmente, la segunda generación se dedica al desarrollo de la empresa y según explicaron, continúan siendo fieles al estilo de trabajo de sus fundadores. "Tenemos el compromiso de brindar productos de altísima calidad, ofreciendo el respaldo y la confianza que el cliente requiere", expresaron. En la misma línea, señalaron: "consideramos que lo que marca nuestra actividad como fabricantes de polietileno, es que previamente nuestras familias fueron floricultores, y eso permite analizar con mayor empatía las necesidades de nuestros clientes. Lo que guía nuestro diario accionar es responder ágil y responsablemente a las demandas de nuestros clientes".

Hacia el 100% de plásticos reciclados

Uno de los proyectos más importantes a futuro en el que trabajan, desde hace muchos años, es continuar avanzando la idea de que "el 100% de los plásticos sean reciclados". La empresa cuenta con maquinaria diseñada para reciclar polietileno en desuso y darle una nueva vida, convirtiéndolo, por ejemplo, en tablas plásticas para diferentes usos. "Estamos convencidos de que este proyecto, sumado a campañas sociales de educación, logrará hacer realidad el objetivo previsto de sustentabilidad definido como nuestra premisa básica", expresaron desde la empresa.

JICA

Japón sigue apostando por Uruguay

DESDE SU AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL SE LLEVAN ADELANTE PROGRAMAS QUE APUNTAN AL DESARROLLO DEL PAÍS EN DIFERENTES ÁREAS

Con asistencia en más de 150 países y 96 oficinas en todo el mundo, la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA (por sus siglas en inglés), se encarga de administrar la Asistencia Oficial al Desarrollo (AOD) de Japón. En ese sentido, su principal objetivo es apoyar el progreso socioeconómico de países en desarrollo.

"Uruguay es actualmente uno de los países políticamente más estables y económicamente más desarrollados de América Latina, y en enero de 2018 dejó de integrar la lista de los elegibles para recibir la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD). Sin embargo, Japón ha decidido continuar con la asistencia y JICA continuará cooperando", señaló el representante residente de JICA en Uruguay, Kazumi Kobayashi.

REPRESENTANTE RESIDENTE DE JICA EN URUGUAY, KAZUMI KOBAYASHI

JICA en Uruguay

La cooperación técnica de Japón con Uruguay comenzó a implementarse en la década del 60. "El Acuerdo sobre Cooperación Técnica entre el gobierno de Japón y el gobierno de la República Oriental del Uruguay fue suscrito el 12 de setiembre de 1989. En el marco de ese acuerdo, JICA emprende sus actividades y programas de cooperación técnica con el objeto de transferir e intercambiar conocimientos y habilidades", detalló Kobayashi.

Desde sus inicios en el país, JICA contribuyó principalmente en el eje industrial del país, la ganadería, la agricultura, la silvicultura, entre otros. Desde el año 2000, además, JICA también apoya el desarrollo sostenible del país en áreas de gestión ambiental, gestión de residuos, control de la contaminación del agua y energías renovables.

Programas y proyectos

Entre algunos de los programas que más se destacan de JICA en el país, se encuentran los intercambios y transferencia de conocimiento técnico. Desde la llegada de JICA al país, 455 expertos y 162 voluntarios japoneses han llegado a Uruguay para realizar diferentes misiones. Asimismo, más de 1.500 becarios uruguayos han sido capacitados en Japón y en terceros países con el objetivo de aprender herramientas que los ayuden a encontrar soluciones a distintos problemas, fortalecer sus capacidades, las de su organización y de la sociedad.

Por otra parte, Kobayashi señaló que "a pesar de que Uruguay se graduó como país receptor de cooperación, hay áreas sociales que requieren esfuerzos, como en

1921-2021

El Instituto Nacional de Carnes saluda a **Japón**
con motivo de la conmemoración del

100°

Aniversario

del inicio de las relaciones diplomáticas bilaterales.
Estos 100 años han sido testigos de una sólida
y afectuosa amistad entre los pueblos de
Japón y Uruguay.

Celebremos juntos.

inac
Instituto Nacional de Carnes

materia de conservación ambiental y medidas contra el cambio climático". En este sentido, el gobierno japonés constituyó la Asociación Cool Earth como mecanismo financiero para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Bajo este mecanismo, JICA acordó con Uruguay en 2009 el Programa de Cooperación Financiera No Reembolsable para el Medio Ambiente y Cambio Climático. Este tiene como objetivo llevar adelante proyectos de promoción de energía limpia mediante el uso de la tecnología de generación solar fotovoltaica a través del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM). En 2013 se instaló la primera planta fotovoltaica, "Asahi" en Salto y en 2019 la segunda, "Hikari", en Lavalleja.

JICA trabaja en más de 150 países en desarrollo de todo el mundo

Paneles solares de la planta fotovoltaica "Hikari"

Además, JICA ha apoyado el esquema de desarrollo diseñado por Uruguay. "A modo de ejemplo, en 1986, JICA elaboró junto al Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP), un Plan Maestro para la implementación de la forestación y el empleo de este recurso.

Se continuó trabajando con miras al mejoramiento genético de las especies forestales mediante asistencia técnica ofrecida al Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA) y se instaló un laboratorio para ensayos de productos forestales en el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU). Hoy en día este programa se ha convertido en una industria importante en la actividad productiva del país", señaló Kobayashi.

Aún luego de finalizados los proyectos, JICA brinda seguimiento adicional a través del programa Follow Up, apoyando, entre otras cosas, a través de su Ministro del equipamiento, envío de expertos, organización de seminarios. Por medio de este programa, Kobayashi citó a modo de ejemplo que está en marcha el Proyecto de fortalecimiento de las capacidades de los micro, pequeños y medianos aserraderos y carpinterías, junto al LATU.

Proyectos a futuro

En línea con la cooperación técnica de JICA con la Dirección Nacional de Medio Ambiente (DINAMA), en materia de manejo integrado de cuencas, calidad del agua y control de la contaminación ambiental generada por mercurio en Montevideo y el área Metropolitana, está prevista la realización de un curso regional sobre la calidad del agua, con aporte de expertos uruguayos y japoneses.

Además, este año fue aprobado el proyecto de cooperación técnica Promoción de energía de hidrógeno en Uruguay a solicitud del MIEM. Constará de capacitaciones en Japón en materia de energía por hidrógeno para funcionarios y técnicos uruguayos.

Más de 1.500 becarios uruguayos han sido capacitados por JICA

Por otra parte, JICA continuará ofreciendo los programas tradicionales como el otorgamiento de becas de capacitación en Japón y otros países. Así como la llegada de voluntarios japoneses al país. Asimismo, en el futuro se trabaja también para poder contar con la presencia de un docente de idioma japonés para la Universidad de la República. Y a través del programa de Follow Up, se está planificando brindar asistencia para mantener un desarrollo continuo de los resultados de cooperaciones pasadas.

Asociación Japonesa en el Uruguay

Un trozo de Japón en el barrio Colón

"Buscamos transmitir el espíritu que nos han enseñado y que tratamos de mantener. La cultura japonesa le hace muy bien a Uruguay"

Al pensar en Japón, son muchos los que piensan en el desarrollo tecnológico o en el famoso cruce de Shibuya en Tokio, conocido por ser el más transitado del mundo. Sin embargo, Japón se caracteriza por tener una cultura sumamente rica y atractiva.

Bajo el eslogan, "más de 50 años trabajando por la integración cultural entre Uruguay y Japón", la Asociación Japonesa en el Uruguay (AJU) trabaja para acercar y dar a conocer la cultura japonesa en el país.

Según su Presidente, Koki Kunizawa, el espíritu de la asociación es servir como un lugar de encuentro de los inmigrantes japoneses además de ser un centro de difusión de la cultura manteniendo el legado de sus ancestros, ya que hoy todos los integrantes de la comisión directiva son descendientes. En este sentido, Kunizawa señaló que no solo se trabaja dentro de la AJU, sino que también se participa en eventos y actividades que ayuden con los objetivos.

Koki Kunizawa, Presidente de la AJU

Historia

La AJU nació como un proyecto surgido en los encuentros de los primeros japoneses que arribaron a Uruguay con el objetivo de formar un lugar de reunión y encuentro para toda la comunidad japonesa. Finalmente, la idea tomó forma y su inauguración fue el 18 de julio de 1967, de la mano de tres japoneses que residían en Uruguay y cinco familias que llegaron en ese momento al país. Los primeros ingresos económicos estuvieron vinculados a las cuotas de los socios y luego se comenzaron a ofrecer distintas actividades que sumaron para que la AJU siga creciendo. Actualmente, la sede social de la Asociación está ubicada en el barrio Colón, específicamente en la Plaza Colón. Pero no siempre estuvo ubicada allí, llevó un tiempo tener un lugar propio. Según Kunizawa, su ubicación está vinculada a las tareas relacionadas a la floricultura que desarrollaban sus antecesores. Hoy en día, como en un principio, la comunidad japonesa en el país sigue siendo pequeña. "Entre japoneses, descendientes y quienes vienen a trabajar de Japón, empresarios, y contando hasta una tercera o cuarta generación no se llega a unas 300 personas", expresó Kunizawa.

Una cultura abierta

Kunizawa fue Presidente de la AJU por primera vez en 2016 pero se desempeña como dirigente desde 2011. "La experiencia es muy rica. De niño iba a la AJU a aprender idioma japonés, a hacer

Judo, al cine, pero siempre lo veía como algo lejano, porque eran todos japoneses. Hoy por hoy somos todos descendientes. El cambio que hubo de dirección ha sido muy interesante. La asociación japonesa se ha abierto y uno ve que el uruguayo simpatiza con las costumbres japonesas, eso hace más fácil llegar a las personas", expresó. En la misma línea, agregó que los uruguayos reciben muy bien la cultura. "Partiendo de la base de lo que una vez escuché de un uruguayo, Uruguay es una gran comunidad espiritual. Acá somos todos hijos de inmigrantes donde hay infinidad de influencias. La colonia japonesa por ser pequeña quizás, al principio fue un poco cerrada, hoy ya no lo es. Todo el mundo conoce Japón, las artes marciales, los origamis, y todo eso le resulta interesante y simpático a los uruguayos. Buscamos transmitir el espíritu que nos han enseñado y que tratamos de mantener. La cultura japonesa le hace muy bien a Uruguay. Más allá de lo místico, lo moderno y lo tecnológico que pueda resultar la visión de Japón, las costumbres, los códigos, las normas, resultan interesantes a la ciudadanía uruguaya".

La comunidad japonesa en Uruguay es de menos de 300 personas

Muestra de Taiko de los alumnos de AJU

Diferentes actividades

Desde AJU se realizan distintos talleres y cursos que tienen como objetivo acercar la cultura japonesa a Uruguay. Si bien la pandemia dejó en pausa algunas de ellas, Kunizawa señaló que "hoy por hoy, es difícil imaginar cómo va a ser el futuro de la comunidad japonesa, lo que sí se está haciendo es programar hacia adelante, visualizando muy seriamente el futuro de todas las actividades". Aun así, el Presidente enumeró algunas de las actividades culturales que se llevan a cabo fuera de la emergencia sanitaria.

Entre ellas se encuentran, el taller de origami, donde los alumnos se interiorizan con el arte del plegado de papel en diferentes formas; el taller de shodo, la caligrafía japonesa donde se utilizan tintas especiales traídas de Japón; el taller de cocina donde se realizan muestras de preparación de diferentes platos, se cocina y se degusta, y cursos de Taiko, que significa tambor en japonés. Además, se brindan cursos del idioma japonés en los que pueden participar desde principiantes a aquellos que tengan un nivel más avanzado. En esta línea, también se brindan cursos de conversación, orientados a aquellos que desean no perder o tener más fluidez en el habla del idioma.

Por otra parte, también se ofrecen cursos de artes marciales japonesas. Uno de ellos es el Aikido, que en español se traduce como "forma de armonizar la energía", es un arte marcial moderno fundado por Morihei Ueshiba. Y el otro arte marcial, Shorinji Kempo, que, según se detalla en el sitio web de la AJU "surgió después de la segunda Guerra mundial, como un sistema educativo. Se practica por defensa personal, salud y equilibrio".

La AJU tiene como objetivo difundir la cultura japonesa

100 años de relaciones

En relación con el vínculo entre Japón y Uruguay Kunizawa señaló que, "en la conmemoración de los 100 años de las relaciones diplomáticas entre Uruguay y Japón, la AJU desea y se pone a disposición de estar, como siempre, para todo lo que sirva para el intercambio cultural y poder difundir la cultura japonesa", finalizó Kunizawa.

YAZAKI

YAZAKI celebra el 100º Aniversario del inicio de las relaciones diplomáticas entre Uruguay y Japón

Somos una empresa comprometida con el mundo y necesaria para la sociedad.

Fundada en Japón en 1941 y con presencia en Uruguay desde el año 2006, con sus plantas industriales de Colonia y Canelones, desarrolla y fabrica arneses automotrices, además de ser líder mundial en investigación, desarrollo y suministro de soluciones de energía y datos para aplicaciones automotrices.

Ayax SA

“Los japoneses hacen honor a la palabra, la lealtad y la honestidad”

CON MÁS DE 75 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL RUBRO AUTOMOTOR, LA EMPRESA FAMILIAR AYAX REPLICA LOS PRINCIPALES VALORES HUMANOS Y EMPRESARIALES DE LA CULTURA JAPONESA. EN CONTEXTO DE PANDEMIA, LA CRISIS COMO OPORTUNIDAD DE RENACIMIENTO ES EL MOTOR DE LA COMPAÑÍA

Su primer viaje a Japón fue a los 17 años junto a su padre. A partir de allí gran parte de las visitas han sido por negocios, aunque también ha quedado lugar para disfrutar del país asiático en otras oportunidades. A los 25 años asumió el mando de la empresa familiar, mantuvo los valores y le agregó al negocio su impronta personal con la resiliencia como leitmotiv.

Ahora tiene por delante el desafío de transmitir ese legado a la tercera generación de la familia. Alejandro Curcio es el Presidente de Ayax SA, fundador del grupo empresarial Curcio Capital y representante de Toyota y Suzuki en Uruguay. Escuchar a Curcio es escuchar a un gran conocedor de la historia y cultura japonesa y un promotor de los valores orientales que aplica tanto en los negocios como en su vida personal.

La llegada del general Mac Arthur, post Segunda Guerra Mundial, es señalada por Curcio como un momento clave en la historia de Japón que “deja de ser una nación beligerante, se terminan los samuráis y empieza a ser una gran potencia; en los años 70 se dedica a los electrodomésticos, a la industria naviera y a los automóviles”.

> CURCIO CAPITAL COMPARTE Y PROMUEVE LOS VALORES DE LA FAMILIA TOYODA

Hace 53 años que la empresa familiar trabaja con Toyota y Suzuki y, por lo tanto, están vinculados a parte de la historia y cultura japonesa. En 1930 nace la marca Toyota “que hoy es la número uno del mundo en cantidad de unidades vendidas y en rentabilidad”, mientras que “desde el 2016, Suzuki se convirtió en la marca de autos compactos más vendida del mundo”, explicó el empresario.

El legado familiar de los Toyoda

Toyota es una de las empresas mas tradicionales de Japón. “Es muy vertical pero también muy flexible”, afirmó Curcio, quien la compara con la katana, el arma que usaban los samuráis. “Tardaron cientos de años en lograr una espada perfecta con la mezcla entre el acero y el carbono. Los samuráis eran guerreros sagrados porque tenían códigos de honor y algunas empresas tradicionales todavía lo tienen en Japón. La cultura es muy especial en ese sentido, hacen honor a la palabra, a la lealtad y a la honestidad. Cualquiera que trabaje con Japón puede compartir estos conceptos. A raíz de eso nuestra empresa se hermanó con esa cultura, a tal punto que nuestra familia esta ligada con los valores de la familia Toyoda, como la mejora continua y el concepto de just in time, que es no generar demasiado stock innecesario y poder abastecerse en un momento concreto”, señaló.

FOTOS: GENTILEZA CURCIO CAPITAL

ALEJANDRO CURCIO, PRESIDENTE DE CURCIO CAPITAL

La crisis como oportunidad

Curcio afirmó que el sector automotor está acostumbrado a lidiar con “el tipo de cambio y las vicisitudes económicas mundiales porque los autos se venden en dólares y la mayoría de nuestros clientes ganan en pesos”.

El primer gran desafío que planteó una crisis económica fue en 1982, la que el empresario señaló como “muy dura” para su familia. “Personalmente viví la del 2002 ya como director de la compañía y apliqué un gran legado japonés sobre las crisis. En Japón la crisis se llama kiki y los ideogramas que componen la palabra significan peligro o miedo y también oportunidad. Siempre las crisis en Japón son vistas como una fuente de dolor, pero también como oportunidad de renacer y salir adelante”, afirmó Curcio. En ese año el empresario se valió de su ingenio para renacer de la crisis económica que afectaba a su compañía. “Se me ocurrió pensar en los recursos naturales de Uruguay y empezamos a fabricar fundas de tapizado de cuero y nos convertimos en el principal proveedor de toda Latinoamérica. Me podría haber quedado paralizado tratando de sobrevivir. La empresa estaba muy mal en ese momento, como otras del sector. Pero esa simple idea de ver, observar y salir adelante usando el ingenio salvó a la compañía”, señaló. La empresa fabricante de tapizados estuvo abierta hasta el año 2020 cuando, en contexto de pandemia, Toyota decidió trasladar la fabricación a Argentina. Sin embargo, Curcio no se queda en el mismo lugar y una vez más aplica el valor de la mejora continua vinculado al crecimiento sustentable. Por normativa, en Estados Unidos y en Europa, los autos híbridos y eléctricos deben contar con el sistema AVAS que funciona como un aviso acústico de que hay un vehículo circulando. En esa línea, Ayax junto a The Electric Factory, desarrollaron una idea innovadora llamada The Hy Project. “Pensamos, qué tal si ese sonido, más allá de avisar, tiene una función positiva para el medio ambiente”, señaló el empresario. Basados en investigaciones globales sobre efectos de sonidos en plantas, nació Hy, un sonido diseñado para vehículos que favorece a la vegetación en crecimiento y absorción de nutrientes. El proyecto buscó que el sonido tenga el menor ancho de banda posible en términos de frecuencia lo que permite dejar más espacio para los sonidos del entorno y que las especies se comuniquen de manera eficaz.

> “Hay que ser flexible como el acero de la katana para poder aprender”
> ***Alejandro Curcio, Presidente de Ayax SA***

LA ESQUINA DE RONDEAU Y VALPARAÍSO CONTIENE DÉCADAS DE HISTORIA

Los valores

El empresario explicó que, en Japón, el trabajo en equipo es altamente valorado y así lo aplica en Ayax. “Yo no soy nada sin mi equipo y trato de mantenerlo. Lo que más me duele de la pandemia es la posibilidad de perder a las personas clave del equipo”, dijo Curcio. Además, mediante su experiencia y vivencia intenta trasladar a su familia y al equipo de trabajo los valores de la familia Toyoda con los que se identifica. “En 75 años de compañía, más de 50 con Toyota y casi la misma cantidad con Suzuki, hemos inculcado esos valores y nos sentimos muy contentos”, concluyó.

GeneXus

La tecnología que revoluciona Japón

LA PLATAFORMA DE DESARROLLO DE SOFTWARE DESEMBARCÓ EN EL MERCADO JAPONÉS EN 2003 Y HOY TRABAJA CON LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL PAÍS

Con presencia en más de 50 países de todo el mundo, GeneXus se posicionó en el exigente mercado nipón y eso genera un efecto derrame en otros mercados. Hace 18 años la empresa uruguaya comenzó a vender la solución GeneXus en Japón. "Hubo algo que nos ayudó mucho en el principio y es que tuvimos un interlocutor de lujo, el Señor Fumio Owaki que hoy es el Presidente y Director General de GeneXus Japón", contó el Ingeniero Breogán Gonda, cofundador y Presidente de GeneXus.

El diferencial

A pesar de ser Japón un país de excelencia productiva y tecnológica a la vanguardia de la robótica y el hardware, en el desarrollo de software es más habitual el uso del modelo en cascada, aunque no sea el más ágil. Gonda explica que "el producto GeneXus se basa en el tratamiento automático del conocimiento de los sistemas de negocios. Nosotros no programamos, se describe a la empresa y sus necesidades. Luego, el sistema genera las aplicaciones automáticamente. Por un lado, implica un aumento de productividad muy importante para nuestros clientes y por otro, un seguro ante los cambios tecnológicos. Si viene una tecnología nueva que sustituye a una anterior, tradicionalmente hay que hacer de nuevo las cosas. Porque generalmente se programa y el acervo que se tienen son millones de líneas de código. En el caso de GeneXus lo que se tiene es conocimiento puro y con él, lo que se había generado para una determinada tecnología, cuando se cambia, automáticamente se genera para la nueva. La evolución es no destructiva, es siempre incremental".

GeneXus cuenta con numerosos casos de éxito en el mercado japonés y trabaja, por ejemplo, con el segundo banco más importante del país asiático, Mizuho, y con el grupo financiero Resona. La empresa de software, Japan Broadband Communications Corporation (JBCC), también se destaca como referencia en el uso de GeneXus para brindar soluciones

GONDA ES COFUNDADOR Y PRESIDENTE DE GENEXUS

a sus clientes y el diferencial que esto tiene es significativo. Una vez evaluados los resultados del uso de GeneXus en comparación con el método manual, la automatización es el factor con mayor destaque, lo que implica un incremento del 70% de la productividad. De acuerdo con la empresa, la integración es otro factor destacable que permite entregar rápidamente soluciones de calidad adaptadas a las necesidades del usuario con una reducción del 40 % en el tiempo de desarrollo y con una metodología ágil.

Gonda señaló que GeneXus tiene "bastante para ayudar a la industria de software de aplicaciones de los países más desarrollados porque allí, comparativamente, los salarios son muy altos. Entonces programar aplicaciones a mano es un despropósito. Siempre lo es, pero mucho más cuando los salarios son altos porque se pierde competitividad. En el costo puede ser una relación de 10 a 1, y cuando digo costo es en dinero y en tiempo.

El costo en dinero se puede arreglar poniendo más dinero, el costo en tiempo por lo general no se arregla". En un mercado altamente exigente como el japonés, el cofundador de GeneXus dijo que la confianza "se gana con hechos y presencia" y para que exista confianza "es imperativo categórico brindar soluciones de calidad". Gonda evaluó que "quizás ellos aprendieron de nosotros un montón de cosas, pero nosotros también de ellos. Esa situación rígida en cuanto a la exigencia de calidad nos ha ayudado mucho; cuanto más a uno le exigen, uno más mejora".

Jaime Miller – Director Ejecutivo de Uruguay XXI

“El consumidor japonés es exigente y para nosotros es un dato interesante”

URUGUAY Y JAPÓN SON DOS SOCIOS COMERCIALES CON MERCADOS COMPLEMENTARIOS. DE ACUERDO CON DATOS DE LA AGENCIA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES, LA CARNE VACUNA OCUPÓ EL PRIMER LUGAR DE PRODUCTOS MÁS EXPORTADOS CON MÁS DE US$ 22 MILLONES

Jaime Miller asumió como Director del Instituto Uruguay XXI en abril de 2020, en un contexto mundial marcado por la pandemia por Covid-19 que obligó a que el comercio exterior buscara formas alternativas de relacionamiento. “La pandemia sin dudas determinó una dificultad para todos en el mundo, y el comercio exterior no ha estado exento, pues se han tenido que reconfigurar los formatos de trabajo y de relacionamiento. Sin embargo, las exportaciones al mercado japonés no se han visto perjudicadas. Si analizamos los números de nuestros intercambios, podemos ver un leve crecimiento de exportaciones uruguayas a ese mercado de 2019 a 2020, con una variación positiva de 4%. En lo que va de este año hay una leve caída en la comparación interanual de los primeros cuatro meses, del entorno de 6%, pero por el momento no puedo evaluarlo como algo significativo”, explicó Miller.

JAIME MILLER, DIRECTOR EJECUTIVO DE URUGUAY XXI

EN 2020 SE EXPORTARON A JAPÓN MÁS DE 40 PRODUCTOS DISTINTOS

Intercambio comercial

Para la agencia de promoción de exportaciones e inversiones, Japón es un socio comercial interesante. “Trabajamos activamente desde Uruguay XXI manteniendo contacto con contrapartes niponas y con expectativas de mejorar siempre los intercambios comerciales, al igual que la atracción de inversiones. Uruguay XXI ha participado y participa en importantes ferias de alimentos en Japón, como Foodex, y también recibe delegaciones del país a las que se brinda asesoramiento y se les tienden lazos para afianzar las relaciones comerciales. En tiempos de pandemia nuestras participaciones presenciales, como las de todos, se han visto reducidas, pero no así nuestro esfuerzo por continuar fortaleciendo el vínculo con este mercado”, afirmó el Director Ejecutivo. Miller agrega que en tras una tendencia histórica favorable a Japón en la balanza comercial, en 2019 las exportaciones uruguayas tuvieron un salto de 164% respecto al año anterior, y que en 2020 volvió a crecer, pero de forma más moderada”. Respecto a las importaciones al mercado japonés “en general son estables, con pequeñas caídas y recuperaciones interanuales”, agregó. “Japón está más o menos dentro del top 30 de nuestros destinos de exportación. Es un gran comprador de nuestra carne vacuna, que es por lejos el producto que más adquieren en este momento. Pero también importan subproductos cárnicos, lanas y tejidos, otros productos agrícolas, alimentos, vinos, pescado, piedras preciosas, instrumentos médicos, textiles, autopartes, arroz, papel y cartón, carnes equinas, porcinas y otras, madera, productos lácteos y compuestos químicos. En 2020 se exportaron desde Uruguay a Japón más de 40 productos distintos, dentro de los cuales la carne vacuna ocupó el primer lugar con un monto exportado de más de US$ 22 millones y este año parece ir por el mismo camino. Desde Japón importamos productos como vehículos de pasajeros y otros, cauchos sintéticos y artículos plásticos, instrumentos y aparatos de medicina o para análisis físicos o químicos, mucho de lo que tiene que ver con maquinarias y herramientas”, explicó Miller.

El Director de Uruguay XXI plantea que Uruguay y Japón son “dos mercados con muy buena complementariedad en varios rubros. Japón posee una demanda significativa en productos en los que Uruguay cuenta con una oferta exportable de relevancia. Hemos detectado buenas oportunidades de exportación para Uruguay en

PRESENCIA DE URUGUAY EN LA FERIA FOODEX

rubros como artículos de limpieza, plásticos y sus manufacturas, pescados y productos del mar, carne, partes y accesorios de vehículos, automóviles y tractores, cueros, vestimenta, calzados, pinturas y barnices, cereales, lanas y tejidos, así como sustancias químicas del tipo insecticidas y fungicidas”, agregó.

Mercado exigente

Quienes tienen vínculos comerciales con Japón coinciden en afirmar que el consumidor japonés es exigente. Miller explicó que “tradicionalmente valoran la calidad del producto, así como aspectos del servicio al cliente, tales como las explicaciones técnicas y el apego a fechas de entrega, razón por la cual Uruguay es un buen socio comercial para Japón. En este sentido estamos alineados, pues Uruguay se caracteriza por su oferta exportable de calidad. Asimismo, tenemos conocimiento de que la población japonesa es altamente diversa en gustos e intereses, lo que representa una buena oportunidad para la oferta uruguaya. Si bien en la actualidad somos en buena medida proveedores de carne vacuna para ese mercado, la creciente diversificación de la oferta exportable uruguaya puede encontrar su destino allí”.

Inversiones

Miller detalla qué aspectos hacen de Uruguay un destino atractivo para las inversiones y recuerda que “Uruguay cuenta actualmente con un acuerdo de última generación para la promoción y protección de inversiones con Japón que protege estas operaciones desde el preestablecimiento e incluye a las personas físicas o jurídicas que tienen la intención de realizar una inversión, que la están realizando o que ya la han realizado en el país. A nivel más general, somos un país abierto a la inversión extranjera, con un clima de inversión adecuado, un ambiente amigable para hacer negocios, un régimen jurídico estable y atractivo y un marco normativo e institucional que se adapta a las necesidades de los inversores. En la última década Uruguay propició oportunidades de inversión en diversos sectores fundamentalmente en agronegocios, forestal madera, servicios globales, energías renovables y también en proyectos de inversión específicos. Asimismo, el actual gobierno uruguayo ha introducido cambios normativos que favorecen la inversión, tanto nacional como extranjera. En un escenario global desafiante, Uruguay ofrece reglas de juego claras, estabilidad macroeconómica, apertura financiera y comercial, y una batería de incentivos de inversión que, junto a la destacada infraestructura y amplia disponibilidad de capital humano calificado, lo convierten en un destino ideal para invertir y en un confiable socio de negocios. Hay varias empresas japonesas con inversiones relevantes en Uruguay. En el marco de los 100 años de relaciones diplomáticas con Japón, buscaremos incrementar la presencia de Japón como fuente de inversión extranjera directa. Las empresas japonesas son inversores de calidad, con visión de desarrollo de largo plazo y valores compartidos a la hora de hacer negocios”, afirmó.

URUGUAY ES UN PAÍS ABIERTO A LA INVERSIÓN EXTRANJERA

Japan External Trade Organization (Jetro)

Acercar Japón al mundo a través de la construcción de distintos lazos

LA ORGANIZACIÓN APUESTA A PROFUNDIZAR LA COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS URUGUAYAS Y JAPONESAS Y A AFIANZAR AÚN MÁS LAS RELACIONES DE LOS PAÍSES. URUGUAY TIENE "UNA BASE FIRME PARA DAR ORIGEN A EMPRESAS INNOVADORAS DE GRAN NIVEL", OPINÓ EL DIRECTOR GENERAL

Son aproximadamente 18.655 kilómetros los que separan a Uruguay de Japón, distancia que no es impedimento para todo aquel que quiera crear lazos comerciales. Para acercar aún más Japón al mundo, en 1958 el gobierno creó la Japan External Trade Organization (Jetro), en español, Organización de Comercio Exterior de Japón. Su principal objetivo es construir lazos que beneficien a los gobiernos y las empresas.

En este sentido, se centra en promover las exportaciones de Japón hacia el mundo y atraer inversiones extranjeras a ese país. Además de brindar apoyo a empresas extranjeras interesadas en vender en Japón, y a empresas japonesas que busquen expandirse a otros países.

Jetro en América Latina

Jetro cuenta actualmente con 75 oficinas en el extranjero y 51 oficinas en Japón. En América Latina específicamente, hay siete que se distribuyen en San Pablo, Brasil; Santiago, Chile; Bogotá, Colombia; Ciudad de México, México; Lima, Perú y Buenos Aires, Argentina. La última, es la encargada para Argentina, Paraguay y Uruguay. En relación a la región, el Director General de Jetro Buenos Aires, Yusuke Nishizawa, señaló que si bien América Latina ha sido considerada como fuente de recursos durante mucho tiempo, la percepción ha cambiado.

> URUGUAY ES EL "CENTRO LOGÍSTICO EN EL SUR DE LA REGIÓN"

"A partir del desarrollo de sus economías, los países en América Latina han mejorado su poder adquisitivo, convirtiéndose en canales de venta atractivos para los productos japoneses. Además, la región ha dado origen a muchas empresas con excelentes niveles de productos y tecnología, por lo que creemos cada vez más importante atraer a estas empresas hacia el mercado japonés".

En este sentido, Nishizawa citó el ejemplo de la empresa uruguaya Genexus, que logró ofrecer su tecnología a empresas japonesas. "Creemos que hay muchas más empresas de América Latina que podrían demostrar sus capacidades tecnológicas en el mercado japonés. Seguramente muchas startups cuentan con la tecnología para conformar alianzas colaborativas con empresas japonesas, haciendo posible la generación de relaciones de beneficio mutuo entre América Latina y Japón a través de la promoción de estos lazos entre ambas regiones", dijo.

En relación a Uruguay, Nishizawa expresó que el país no es solo una fuente de alimentos, "sino el centro logístico en el sur de la región" y "un país con una base firme para dar origen a empresas innovadoras de gran nivel". En este sentido, señaló que una de sus metas es que "las empresas en Japón y aquellas empresas japonesas que estén planificando su expansión en América Latina conozcan más sobre el entorno de negocios de Uruguay. Apoyaremos a empresas japonesas a expandir sus negocios en la región a través de Uruguay". Además de, en mediano y largo plazo, también "presentar y acercar empresas uruguayas de gran nivel a las empresas japonesas para promover la cooperación entre las empresas de ambos países".

YUSUKE NISHIZAWA, DIRECTOR GENERAL DE JETRO BUENOS AIRES

Invertir en Japón

"Japón, una de las principales potencias económicas del mundo, ha intensificado recientemente sus esfuerzos para crear innovaciones y mejorar su entorno de inversión para empresas extranjeras", se detalla en el sitio web de JETRO.

Bajo estas líneas, se enumeran cinco de las principales razones por las que las personas y las empresas deberían apostar por invertir en Japón. Se comienza por definir al país como la tercera economía más grande del mundo y como un lugar abierto como un centro de innovación. Por otra parte, se hace también hincapié en su excelente ambiente de negocios, su infraestructura estable y su sociedad confiable. En esta línea, Nishizawa mencionó que Japón se destaca, "en primer lugar, por el gran tamaño de su economía y su mercado.

Japón es la tercera economía más grande del mundo, pero con muchos nichos de mercado. Sin dudas, con grandes posibilidades para que ingresen más productos y tecnologías de Uruguay".

En segundo lugar, señaló la concentración de empresas e industrias con tecnología de excelencia. "Las empresas japonesas están promoviendo la 'innovación abierta' el cual incorpora conocimientos técnicos y desarrollos de gran nivel desde fuera de sus organizaciones. Una empresa en Uruguay que haya desarrollado tecnología única y excelencia tendrá grandes oportunidades de formar alianzas con estas empresas japonesas. El crecimiento de negocios con Japón y la posibilidad de invertir a futuro en Japón, permitirá fortalecer aún más el vínculo comercial".

Proyectos en Uruguay

En abril de 2019, Jetro envió a Uruguay una misión empresarial conformada por unas 30 empresas japonesas. Este año se trabajará para dar seguimiento a la visita. "Recabaremos las voces de las empresas japonesas que pudieron ver el entorno de inversión de Uruguay, y planificamos las próximas estrategias. También nos dedicaremos a la investigación y recopilación de información sobre el entorno de negocios de Uruguay, señaló Nishizawa. Además, al Director General le gustaría llevar adelante un encuentro online entre empresas japonesas y uruguayas para generar oportunidades de rondas de negocios con empresas japonesas. Otro de los proyectos que se quieren realizar implica realización de una actividad para que empresas y consumidores de Uruguay conozcan más sobre los productos de Japón.

Relaciones diplomáticas

En el marco de los 100 años de relaciones diplomáticas entre Uruguay y Japón, Nishizawa señaló que las relaciones económicas se han estrechado aún más en los últimos años y esto se ve reflejado, por ejemplo, con la carne vacuna de Uruguay. "Antes de mi arribo en esta región, estuve asignado en nuestras oficinas en Okinawa, la isla más remota al sur de Japón. Allí, en un supermercado en Okinawa y tan alejado de Tokio, podía encontrar carne vacuna de Uruguay. Creo que es una prueba contundente de que los productos de Uruguay han comenzado a introducirse exitosamente en el mercado japonés". En esta línea, Nishizawa expresó que su anhelo para los próximos 100 años es que no solo aumente el comercio, sino que también se profundice la cooperación entre empresas de Japón y Uruguay. "Esperamos que en los próximos 100 años podamos afianzar más los lazos con Uruguay, como puerta de entrada a Sudamérica para las empresas japonesas, y Japón como puerta de entrada a Asia para empresas uruguayas".

Desafíos

Nishizawa asumió el cargo de Director General en octubre de 2020 y los impactos de la pandemia no fueron ajenos a sus meses de trabajo. El Director General lamenta no haber podido visitar Uruguay hasta el momento. "Según el proverbio japonés 'Más vale ver una vez que oír cien veces' (Una imagen vale más que mil palabras). No poder visitarlos y no poder ver la realidad del entorno de negocios con mis propios ojos, se ha vuelto un gran obstáculo".

> JETRO TIENE 75 OFICINAS EN EL EXTRANJERO Y 51 OFICINAS EN JAPÓN

Sin embargo, destacó que la pandemia ha acelerado la virtualización de las reuniones y negociaciones comerciales, permitiendo acortar las distancias entre Japón y Latinoamérica.

"Los encuentros virtuales han logrado que las distancias ya no sean una desventaja. Estimamos que el impacto del flagelo del Covid-19 persistirá un tiempo más, por lo que mi intención es hacer realidad la misión de Jetro tomando asiduo contacto online con organismos gubernamentales y empresas de Uruguay". Y agregó: "Mi gran deseo es poder trabajar junto a todos aquellos en Uruguay para desarrollar aún más la relación económica entre ambos países".

Cofloral

El legado de las familias japonesas

LA PASIÓN, LA PACIENCIA Y EL AMOR POR LA NATURALEZA POR SOBRE TODAS LAS COSAS DE SU CULTURA DEFINE SU RELACIÓN CON LA FLORICULTURA

El Día de la Madre, el de San Valentín, el de los Santos, el de los Muertos y la veneración de la diosa Iemanjá, todos tienen algo en común: el consumo masivo de flores. Ubicada en el barrio Goes, en Guadalupe 1525 casi San Martín, la Cooperativa de Floricultores Agropecuaria Limitada (Cofloral), lleva 67 años siendo referente de la floricultura en el país. "La cooperativa se dedica a la producción de flores y plantas. Estamos tratando de que la sociedad uruguaya compre flores de producción nacional para que no desaparezca y el legado se mantenga", dijo el Presidente de Cofloral, Gastón Mizuki.

La Cooperativa nació en 1954, cuando los productores, en su mayoría japoneses, entendieron que necesitaban un espacio físico donde vender sus productos. En ese momento, también se creó el Mercado de las Flores que, desde 1956 se ubica en el mismo espacio en el que se encuentra hoy.

La venta de flores de la Cooperativa abierta al público se realiza los días lunes, miércoles y viernes entre las 18:30 y las 19:30 horas. Allí se encuentra, sobre todo, producción nacional y según Mizuki, la rosa es la flor que más consumen los uruguayos. Seguida de la Gerbera, caracterizada por su duración en floreros y su variedad de colores, y la Ilusión, una flor blanca y pequeña muy utilizada para la decoración de casamientos, en el ramo y el tocado de la novia. En relación al color, los más elegidos por los uruguayos son el blanco y el rojo.

GASTÓN MIZUKI, PRESIDENTE DE COFLORAL

Floricultura y Japón

Según Mizuki, el 80%, alrededor de 20, de los productores que integran la Cooperativa son de descendencia japonesa. "Estos últimos años hemos notado una gran merma de productores de la colectividad japonesa que, desde el año 2000, después de la crisis habían dejado de producir y muchos otros habían vuelto a Japón a probar suerte", dijo Mizuki.

En Cofloral hay personas de la primera, segunda y, gracias a la familia de Mizuki, tercera generación de descendientes. El porcentaje está vinculado al legado y tradición de la llegada de los primeros inmigrantes japoneses a Uruguay, la mayoría dedicados a la floricultura. Tanto el padre, como la madre de Mizuki, ambos japoneses, llegaron al país entre 1959 y 1961. "Desde esa época, los padres de la colectividad japonesa recibían a los inmigrantes en los viveros que tenían la producción de flores. Mi padre, por ejemplo, trabajó dos años con la familia que lo había recibido y luego se

Cámara Japonesa
de Comercio e Industria
en la Argentina

在亜日本商工会議所

CELEBRA EL 100ºANIVERSARIO
RELACIONES DIPLOMÁTICAS URUGUAY-JAPÓN

DAIKIN Air Conditioning Argentina S.A.
Japan External Trade Organization (JETRO)
MITSUBISHI Argentina S.A.C. y R.
NEC Argentina S.A.
SUMITOMO Corporation Argentina S.A.
HONDA MOTOR de Argentina S.A.
MARUBENI Argentina S.A.
MUFG BANK, LTD. Rep. Office-Argentina
SOJITZ Argentina S.A.

independizó y compró terrenos en Melilla, donde tenemos hoy la producción de flores y plantas. Si bien desde hace más de diez años soy Presidente de la Cooperativa, yo voy desde que tengo 12 o 13 años que el mercado se realizaba de 4 a 7 de la mañana, por un tema de practicidad esto se pasó a la tarde", señaló. Mizuki entiende que, además del vínculo entre la historia de los inmigrantes en el país con las flores, la asociación de la cultura japonesa con la floricultura pasa por "la pasión, la paciencia y el amor por la naturaleza por sobre todas las cosas" que ellos sienten.

La rosa es el tipo de flor que más compran los uruguayos

Mercado de las Flores

Flores autóctonas

Para Cofloral, resaltar la importancia de las flores autóctonas es un punto clave para poder mantener el legado de la producción nacional. En esta línea, según explicó Mizuki, en 2018 se llevó adelante un estudio, en conjunto con el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP), que se llamó "Desarrollo de Ornamentales de Valor Comercial desde la Flora Nativa".

El objetivo, como indica el nombre de la investigación, era evaluar la factibilidad económica de la flora autóctona, para en un futuro poder, además exportarlas. Durante dos años se estudiaron distintas especies autóctonas ubicadas, sobre todo, sobre el Río Uruguay, al norte del Río Negro. Para ello, se preseleccionaron unas 30 variedades y se comenzó a trabajar con diez de ellas que, se entendió, tenían más potencial de venta. Para esta selección, Mizuki explicó que entre las características que debían cumplir las plantas y que se tomaron en cuenta se encontraba, entre otras cosas el hecho de que fuesen atractivas y les gustasen a las personas, que tuviesen duración en floreros y que tuviesen colores atractivos; además de que fuesen comercialmente viables.

Entre las flores seleccionadas se encuentran la Tillandsia Usneoides (conocida popularmente como musgo español, barba del viejo), Chrysolaena Flexuosa (llamada hierba del sudor), la Hippeastrum Striatum, la Hippeastrum Angustifolium, la Schlechtendalia Luzulae Ifolia y la Limonium Brasiliense. Sin embargo, el proyecto no pudo llegar a un resultado final ya que la financiación no fue suficiente para continuar. Según explicó Mizuki, para que el estudio se pueda completar se necesitan entre ocho y diez años. Sin embargo, desde Cofloral ya se trabaja en la presentación de un nuevo proyecto para poder cumplir con el objetivo inicial.

Cofloral hoy

Si bien existen personas dedicadas a la importación y venta de flores, la Cooperativa es uno de los puntos de venta más importantes de flores en el país y, según Mizuki, funciona como referencia para los precios de importación. Además de ventas de flores, la Cooperativa lleva a cabo, en ocasiones especiales, diferentes actividades vinculadas a la cultura japonesa, como muestras de artes marciales y exposiciones de todo tipo. Durante las celebraciones han recibido visitas de lujo como lo fue la visita del Embajador de China en Uruguay en 2019. También participan en la Feria Nacional de la Flor, que se realiza en La Paz, Canelones. Momentáneamente las actividades están en pausa por la emergencia sanitaria.

El 80% de los productores son descendientes de japoneses

BPU meat URUGUAY

NH Foods

Da gusto
alimentar tu confianza

Porque el mejor sabor comienza al elaborar alimentos confiables y seguros, nos involucramos en cada paso.

Somos BPU Meat, da gusto que la carne más sabrosa haya sido producida éticamente.

En el centenario de las Relaciones Diplomáticas de Uruguay-Japón,
saludamos a todos aquellos que hacen posible el acercamiento de ambas naciones
con el fin de construir un mejor futuro.

info@bpumeat.com www.bpumeat.com bpumeat.uy