



Salamanca y la Casa Imperial de Japón



LA TRASTIENDA
CÉSAR LUMBRERAS
Periodista

YA de vuelta del Imperio del Sol Naciente tengo que confesar que me ha llamado mucho la atención la estrecha e intensa relación que existe entre la Casa Imperial de Japón y Salamanca, más en concreto con su Universidad. Antes de emprender el viaje ya sabía que los contactos eran muy fluidos desde hace tiempo, también de la existencia del Centro Cultural Hispano Japonés, de que la ciudad y su Universidad son centro de referencia para los japoneses que vienen a España, pero no me imaginaba que la cosa fuese para tanto. Me lo hizo ver el actual embajador de España en Tokio, Miguel Angel Navarro. Desde que comenzó a planificarse el viaje de Naruhi-

to, el Príncipe heredero, Salamanca fue incluida en el itinerario como parada obligatoria. Navarro me indicó también que, cuando se envían funcionarios nipones a nuestro país para aprender castellano, el lugar elegido es Salamanca.

Las relaciones culturales están fuera de toda duda. Ahora hace falta que este Año Dual Japón-España, que se inauguró ayer en Madrid, sirva para intensificar las relaciones económicas y comerciales. En Japón, por lo menos en amplias capas de población con un elevado poder adquisitivo, gustan de los productos de calidad. Entre los preferidos que tienen su origen en España destacan los aceites, vi-

Desde que comenzó a planificarse el viaje de Naruhito, el Príncipe heredero, Salamanca fue incluida en el itinerario como parada obligatoria

nos y también los curados del cerdo ibérico. Sin embargo, por la confluencia de una serie de razones que son complejas de analizar, la presencia de productos agroalimentarios españoles en este país no es todo lo abundante que debiera. Además, por desgracia, lo español en su conjunto no es todavía sinónimo de calidad. Sería bueno aprovechar la ocasión de este Año Dual para lanzar una campaña de promoción de los productos salmantinos del cerdo ibérico en este país. Una parte del camino ya está andada, porque me consta que los japoneses que han pasado por aquí los han probado y la mayoría de ellos están deseando repetir. Supongo que serán unos buenos embaja-

dores de jamones, lomos y paletas de la industria chacinera de esta provincia. No es que vayan a ser grandes cantidades las que se vendan allí, pero todo hace pensar que esas capas adineradas están dispuestas a pagar un precio elevado, siempre y cuando, a cambio, reciban calidad y también seriedad. Me decían que los japoneses, mentes bastante cuadradas (sin sentido peyorativo), valoran mucho estas dos cualidades, especialmente la seriedad en el cumplimiento de los compromisos. Hay doce meses por delante para conseguir aumentar las ventas allí. A ello puede ayudar el actual embajador de Japón en España, un amante del cerdo y sus productos.