

# Integración con sabor ecuatoriano

< POR LEISA SÁNCHEZ >

La emigración es un nexo que estrecha las relaciones entre el Ecuador y España, y cada vez más como generadora de nuevos acercamientos a través de productos y servicios que interesan a más de medio millón de ecuatorianos en la Península Ibérica.

Al cierre de 2008, las relaciones bilaterales tuvieron un impulso renovador al ser el Ecuador el país anfitrión de la segunda edición de la Feria Íntegra Madrid con servicios y productos para inmigrantes. Reunió a 180 empresas de una veintena de sectores, entre ellos, alimentación, finanzas, telecomunicaciones, transporte, turismo, negocios inmobiliario, *marketing*, textiles, salud y estética, empleo, educación, asesoría jurídica y legal, cultura y deportes.

Este proyecto, precisa **Rafael Roldán**, presidente de la Cámara Oficial Española de Comercio e Industria de Quito, lleva apenas dos años y significa una garantía porque se trata del recinto ferial más importante de España, que tomando en cuenta la demanda de la migración tuvo la iniciativa de realizar ferias anuales de integración.

El evento fue organizado por la Feria de Madrid (Ifema) del 5 al 8 de diciembre y, además de ser vitrina comercial y de ofertas a los consumidores, acogió muestras de la cultura, el arte y la gastronomía del Ecuador. El apoyo y la coordinación estuvieron a cargo de la Comunidad de Madrid, la embajada del Ecuador en España, el Ministerio de Trabajo e Inmigración, el Ayuntamiento de Madrid y otras empresas de sectores vinculados a la inmigración.

La comida típica ecuatoriana es una llave para abrir mercados insospechados en España y, más aún, ganar terreno a la añoranza de los compatriotas al otro lado del Atlántico.

Se trata de un escenario de promoción y de vínculo también entre comunidades extranjeras en España. La primera edición, dedicada a Colombia en 2007, fue considerada un éxito rotundo: 70.153 visitantes y la participación de 184 empresas en 17.060 m<sup>2</sup> del recinto ferial.

Roldán considera como novedad que este tipo de feria no se enfoca a las grandes empresas que, afirma, “de alguna manera ya están allá con sus representaciones”, sino que “lo más interesante es que son productos que van a tener un buen mercado y la identificación de nuevas oportunidades”.

Por su parte, **José Delgado**, director comercial de la Cámara de Comercio de Cuenca, menciona como atractivos la integración ferial de los sectores turístico, inmobiliario, telecomunicaciones, transporte, artesanías y cultura.

Enfatiza en que los contactos permiten tanto promover la inserción de

Pablo Curi.

emigrantes que deseen retornar al país como de quienes opten por continuar viviendo en España, de manera de garantizar sus inversiones, convirtiéndoles en accionistas de proyectos exitosos. “Nuestro interés es incentivar opciones como puede ser la creación de empresas o adquisición de franquicias de empresas cuencanas”, expresa Delgado.



Santiago Serrano.

*Rafael Roldán destaca que la convocatoria ferial se enfoca no necesariamente a grandes empresas, sino a explorar e identificar nuevos negocios con oportunidades en el mercado español.*

## Añoranza por lo ecuatoriano

Se estima que en España viven cinco millones de inmigrantes, de los cuales alrededor de 700.000 son ecuatorianos. El impacto económico, social y cultural del flujo migratorio tiende a crecer cuantitativamente y la Cámara Oficial Española de Comercio e Industria de Quito señala que “los ecuatorianos podrían representar un millón de personas hacia 2016”.

Según los organizadores de la feria, entre los factores que influyen en la necesidad de promover acercamientos empresariales y de negocios están el crecimiento de productos latinos en las tiendas de alimentación y el hecho de que los restaurantes ecuatorianos se han convertido en una referencia culinaria.

## QUITO, CIUDAD INVITADA A LAS FIESTAS DE LA MERCED 2008

Las fiestas de la Merced, que se celebran el 24 de septiembre, son una tradición arraigada por nueve siglos en Barcelona, y desde 1870 las organiza el ayuntamiento de la ciudad. Hace tres años, dentro del espíritu del diálogo intercultural, el ayuntamiento, por iniciativa del Instituto de Cultura de Barcelona (ICUB), decidió invitar cada año a una ciudad, para conocer de manera directa a algunos de sus artistas y una muestra de su cultura. En 2006 se invitó a Medellín; en 2007, a Casablanca (Marruecos) y, en 2008, la ciudad invitada fue Quito.

Cerca de 30 artistas fueron seleccionados por el ICUB, que desplazó una delegación a Quito en abril de este año. Fueron invitados, con todos los gastos pagados, los conjuntos musicales Pueblo Nuevo y Tomback, **Jaime Enrique Aymara** con cuatro coristas, el coreógrafo y bailarín **Kléver Viera**, el humorista callejero **Carlos Michelena** y el grupo de teatro Espada de Madera, entre otros. También fue invitado el concejal **Gonzalo Ortiz**, presidente de la Comisión de Cultura y Educación del Cabildo y de su unidad Quito Cultura.

Mezclados con los actos de los gigantes y cabezudos, del desfile de fuego, de los concursos de *castellers*, es decir, de la construcción de pirámides humanas y del baile de sardanas, estuvieron los conciertos y presentaciones de los grupos invitados de Quito, en escenarios de primer nivel en plazas y centros culturales, a los que asistieron decenas de miles de barceloneses, turistas y masivos grupos de inmigrantes ecuatorianos.

Un dato interesante adicional fue que el ICUB apoyó desde abril a los grupos folclóricos de migrantes ecuatorianos para que prepararan coreografías y vestuarios, de manera que fueron los teloneros de las presentaciones de los artistas enviados desde Quito. Además, hubo exposiciones de artistas ecuatorianos, conferencias y mesas redondas.

Con todo esto, la colectividad ecuatoriana en Barcelona se sintió visibilizada y reconocida en su ciudad de acogida, y las fiestas de la Merced tuvieron un toque quiteño, apreciado también por los barceloneses. (R. A.)



*José Delgado confía en el potencial de integración de los sectores turístico, inmobiliario, telecomunicaciones, transporte, artesanías y cultural.*

**Pilar Neira**, subgerente de Mercado y Comunicación de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, destaca el mensaje “Ecuatoriano, consume productos de tu país”, a través de los espacios creados en la feria para presentar productos de consumo conocidos y otros nuevos, y consolidar la fidelidad de los consumidores.

“En momentos de crisis como la actual”, añade, “ese solo hecho puede coadyuvar para evitar la caída de las exportaciones hacia ese destino”.

“La nostalgia que sienten por su tierra hace que este grupo consuma cada día más productos de origen ecuatoriano, sin importarles muchas veces el costo que deben pagar por ello. Hay empresas distribuidoras como Dibeal, Goya Nativo y Ecuatoriana de Importaciones



*Pilar Neira rescata el valor de promover mensajes que involucren a los ecuatorianos con el consumo de nuestros productos.*



Santiago Serrano.

*Ismary Vera afirma que los migrantes han cambiado su forma de vida, pero añoran alimentos, bebidas y la gastronomía ecuatoriana.*

que cuentan con una amplia gama de productos ecuatorianos”, precisa Neira.

Pero no solo eso, **Ismary Vera**, directora de Comercio Exterior de Dibeal Cía. Ltda., confirma la importancia del colectivo de migrantes como consumidores, pero además como plataforma para posicionar productos en los mercados europeos, particularmente en la propia España.

Esta compañía importa al Ecuador productos europeos (de España, Bélgica,

Alemania y Francia), chilenos, argentinos y mexicanos. Pero, desde el año 2004, representa en España a reconocidas marcas ecuatorianas y extranjeras de alimentos y bebidas (Atún Real, La Oriental, Tropical y Manzana, Zhumir y La Universal, entre otras), es decir, “las más llamativas para el emigrante ecuatoriano”.

Chifles, panela Piatúa, granos (mote, maíz para tostado, morocho), atún, sardinas, chocolates, licores, gaseosas, fideos, salsas y pulpas de frutas congeladas forman parte de la oferta en el mercado español, en el que la demanda registró un crecimiento en los últimos cuatro años, pues Dibeal pasó de seis contenedores en 2004 a un centenar en 2008.

Los productos preferidos por los migrantes ecuatorianos son granos, chifles, panela, atún, sardina, mermeladas y palmitos. Vera prefiere no utilizar el término de “mercado de la nostalgia”, porque le atribuye un sentido muy sentimental, aunque reconoce que ése ha sido “el gancho” de posicionamiento en las comunidades latinas, para de allí pasar a la población española.

“Se trata de una gran oportunidad para comercializar los productos ecuatorianos a nivel internacional, porque al consumo por parte de los emigrantes se suma el interés de los españoles, que comienzan a conocer las salsas de ají, los chifles u otros productos, y quedan atrapados por su gusto”.

El beneficio va en doble vía: el ecuatoriano mantiene sus costumbres alimenticias y el productor ecuatoriano puede dar a conocer la calidad de sus productos a un mercado más amplio. Por ejemplo, relata Vera, el relanzamiento de La Universal fue un éxito, porque comercializamos los chocolates y los ecuatorianos en España “se reencontraron con el Manicho y los huevitos”.

“Los migrantes han cambiado su forma de vida, pero continúan manteniendo las costumbres, la añoranza y el gusto por nuestros productos y por nuestra gastronomía”, afirma. 

## NESTLÉ OPTA POR LA BOLSA ECUATORIANA PARA EMITIR \$ 70 MILLONES

La gigante de alimentos Nestlé escogió al mercado de valores del Ecuador para lanzar una titularización de flujos futuros, con una visión de largo plazo y de inversión en activos productivos.

**Rafael Vega**, vicepresidente de Finanzas y Control de la compañía, aclara que “es la primera vez que acudimos al mercado no intermediado (bolsa de valores), después de trabajar históricamente con grandes grupos financieros del Ecuador”.

El cambio obedece a la posibilidad de estructurar mucho mejor una financiación a mediano y largo plazos, con una emisión de títulos por \$ 70 millones en tres segmentos; de dos, cuatro y cinco años plazo, con tasas de 7,5%, 8% y 8,5%, respectivamente, explica Vega.

Con esta titularización de flujos futuros —a través de la Bolsa de Valores de Quito— el Ecuador se convierte en el primer país latinoamericano donde opera Nestlé que realiza este tipo de emisión. Se pretende invertir en nuevos activos productivos, financiar capital de trabajo y reemplazar financiamiento bancario.

Vega destaca el interés de invertir en la producción local, fundamentalmente en capacidad productiva y tecnología, y precisa que el cacao Arriba (cacao fino y de aroma floral) es uno de los productos prioritarios, por su alta apreciación en el mercado internacional.

“Nuestro negocio confitero ha crecido y, por eso, le apostamos al cacao en el tema de activos productivos. El segmento Premium de chocolates crece fuertemente a nivel mundial y nuestro foco principal es abastecer con materia prima ecuatoriana a plantas de Nestlé en otros países”, señala el ejecutivo.

Nestlé mantiene una tasa de crecimiento anual de 1,5% y en 2008 se estiman \$ 400 millones en ventas en el mercado ecuatoriano. (L. S.) 