

Sabor boricua en Nueva York

Empresas locales se mercadean en el Fancy Food Show

POR MARIAN DÍAZ
mdiaz@elnuevodia.com

PRODUCTOS TÍPICOS como pitorro, mofongo y coquito, así como café, chocolate artesanal y dulces típicos fueron presentados por 14 empresas locales del sector de bebidas y alimentos en el "Summer Fancy Food Show". El evento se celebró desde el domingo hasta ayer en el Jacob K. Javits Convention Center en la ciudad de Nueva York.

"Eventos como este, sirven de plataforma de exposición para que estas empresas tengan la oportunidad de establecer relaciones comerciales con importantes compradores y mayoristas de la industria de supermercados y tiendas por departamentos, no solo de Estados Unidos, sino de otros países" dijo Francisco Chévere, director de la Compañía de Comercio y Exportación (CCE).

La participación de Puerto Rico contó con el apoyo de la CCE, el Departamento de Agricultura, la Compañía de Turismo, la Compañía de Fomento Industrial y Rones de Puerto Rico. En el centro de convenciones hubo degustación del café puertorriqueño, así como de nuestros rones, y el chef José Enrique -ganador de Best New Chef 2013 otorgado por la revista Food & Wine- preparó varios platillos en el booth de Puerto Rico.

Además de los esfuerzos de promoción de los productos locales en la feria, funcionarios del gobierno aprovecharon la visita para establecer contactos con homólogos y empresarios de la ciudad de los rascacielos. Esto con el objetivo de recabar su apoyo para que los productos de Puerto Rico estén disponibles con mayor celeridad en los mercados hispanos de la ciudad.

Chévere indicó que el plan incluye establecer un centro de distribución en Nueva York, de entre 7,000 y 10,000 pies cuadrados, al que enviarían los productos de Puerto Rico. Desde allí se distribuirían también a New Jersey y Connecticut. El mismo podría ser una realidad a finales del próximo año.

La CCE planifica además abrir un segundo centro de distribución, que estaría en Orlando, Florida, y podría estar en operaciones a principios de 2015.

"El corned beef puertorriqueño tiene un gran potencial en esos mercados y el cacao también gustó mucho. Cada empresario aportaría para pagar la renta



FRANCISCO Chévere, de Comercio y Exportación, junto a Corinne Font, de Flavor Merchants, una de las 14 empresas locales que participó del Summer Fancy Food Show.



LA oferta de productos locales incluyó miel de abeja, café, coquito y pitorro.



JOSÉ ENRIQUE -ganador de Best New Chef 2013 - preparó platos boricuas.

dez, entidad que agrupa a 7,000 bodegueros. En la reunión discutieron cómo los empresarios locales pueden colocar sus productos en las bodegas de la ciudad.

Según Chévere, Fernández está dispuesto a viajar a la Isla para orientar a los empresarios puertorriqueños sobre cómo distribuir sus productos en la comunidad hispana.

Nueva York y la costa este de los Estados Unidos representan un gran mercado para las empresas locales debido a la alta concentración de hispanos y boricuas que hay en la región. Según los datos del Censo, la tasa de crecimiento de los hispanos en la región este de Estados Unidos fue de un 33.2%, muchos de los cuales gustan de los productos típicos de su país o región.

Los efectos de la degradación:

A la AEE se le hará más difícil acudir al mercado de bonos para financiar importantes aspectos de su operación, como el Plan de Mejoras Capitales. Este plan incluye importantes obras de infraestructura, tales como la gasificación de las termoeléctricas y el mantenimiento -en general- del sistema eléctrico. En última instancia, los abonados tendrían que pagar por las deficiencias presupuestarias de la AEE, ya sea mediante la fórmula de ajuste por combustible o la revisión de las tarifas.

Bajan la nota

Con la degradación de los bonos de la Autoridad de Energía Eléctrica por parte de Fitch esta semana, la corporación pública queda un escalafón por encima de la temida clasificación "chatarra" bajo el crisol de Fitch y Standard & Poor's, las tres casas crediticias que evalúan la deuda de Puerto Rico.

Casa acreditadoras con sus clasificaciones y fecha de degradación

MOODY'S **Baa3**
19 de junio de 2013

STANDARD & POOR'S **BBB**
21 de junio de 2013

Fitch Ratings **BBB-**
1 de julio de 2013



Creo que las agencias clasificadoras nos han tratado bastante bien porque, en mi opinión, esta compañía es chatarra"

SERGIO MARXUACH
Director de política pública del Centro para la Nueva Economía

director de política pública del Centro para la Nueva Economía (CNE).

Desde su punto de vista, la corporación pública ha demostrado su incapacidad para hacer los cambios necesarios para mejorar su situación. Enumeró, por ejemplo, que en los últimos cinco años, la AEE perdió unos \$500 millones, no ha logrado hacer una transición hacia la generación de electricidad con gas natural, ni ha tomado acciones efectivas para reducir el hurto del servicio y la pérdida de energía en la transmisión.

El economista puntualizó que Fitch colocó los bonos de la AEE en el mismo nivel que los del gobierno central y el Banco Gubernamental de Fomento (BGF), debido a la dependencia que tiene la corporación pública de las mismas. En particular, la AEE depende del BGG para tener liquidez a corto plazo y obtener líneas de crédito para comprar combustible.

"Nos están diciendo que esa dependencia no es buena, pero le da la oportunidad porque la AEE les presentó un plan (a las agencias clasificadoras) para los próximos cuatro años, que incluye hacer mejoras para reducir los costos de combustible y las pérdidas, y hacer el cambio a gas natural. Si se logra al 2017, los cambios serían positivos para la AEE, por eso lo colocan en estable", dijo Marxuach.

El economista manifestó que atender los problemas de la AEE debe ser una prioridad porque, más que un asunto de crédito es un obstáculo para el desarrollo económico y la atracción de inversión.