



SITUACIÓN DE LOS COMERCIANTES Y ARTESANOS OTAVALEÑOS EN MÉXICO

Hernán Yáñez G.

Como es conocido, a nivel nacional e internacional, los comerciantes otavaleños se caracterizan por su espíritu emprendedor y mercantil, por lo cual es frecuente encontrarlos en las más diversas partes del mundo vendiendo productos artesanales, confecciones textiles y ocasionalmente realizando actividades culturales.

Hay que recordar que desde tiempos inmemoriales, los habitantes de Otavalo han manifestado sus habilidades textiles a través de la elaboración y el comer-

El autor de este trabajo fue Director de la Oficina Comercial del Ecuador en México de agosto de 1999 a octubre de 2002

cio de telas y confecciones. Sin embargo, la moderna industria tuvo su inicio prácticamente en 1917, cuando a los indígenas de la Hacienda Cusín se les animó a hacer imitaciones de las telas importadas de Gran Bretaña denominadas "tweeds" o cachemires. En 1964 la Ley de Reforma Agraria otorgó a los guasipungueros títulos de propiedad sobre sus parcelas de tierra, lo que dio a los indígenas la libertad de tejer en casa o de trabajar por cuenta ajena. La Reforma Agraria coincidió con un incremento del turismo en la región, lo cual a su vez incentivó la producción y el comercio de textiles en toda la región de Otavalo. Para 1966 había una única tienda de artesanías en Otavalo mientras que hacia 1990 ya había unas 100, buena parte de ellas de propiedad de los indígenas o gestionadas por ellos.

Desde hace varios años, la prosperidad y el empuje de los indígenas otavaleños ha sido tal que incluso se ha llegado a hablar de la "reconquista" de la ciudad de Otavalo por parte de los indígenas, pues es evidente el creciente número de negocios y propiedades que poseen y controlan actualmente a lo largo y ancho de la ciudad. Según estimaciones de dirigentes otavaleños, se calcula que actualmente, al menos un 60% de las propiedades y negocios de Otavalo pertenecen y son administrados directamente por indígenas otavaleños, mientras que las propiedades en manos de "mestizos" y "blancos" tienden a disminuir, pues existe una fuerte demanda de tierras, locales y propiedades por parte de los propios otavaleños, muchos de los cuales miran estas adquisiciones como símbolo de bienestar y de estatus.

El progreso que han tenido los indígenas otavaleños en el campo económico, se ha traducido también en su participación en el plano político. Efectivamente, es muy significativo el hecho de que actualmente los alcaldes de Otavalo y Cotacachi sean justamente indígenas otavaleños, todo esto sin mencionar las recientes designaciones de Nina Pacari como Ministra de Relaciones Exteriores y Luis Macas como Ministro de Agricultura y Ganadería.

La habilidad de los indígenas otavaleños como comerciantes no es menor que aquella como tejedores. En efecto, los otavaleños son emprendedores y expertos mercaderes que no se atemorizan ni acompletejan cuando buscan nuevas opciones de mercado tanto a nivel de América Latina, Estados Unidos y Europa. Su particular habilidad comercial les ha llevado a buscar y descubrir nichos de mercado en diversos países, para lo cual están en condiciones de adaptar el producto que comercializan según las características de la moda y del mercado.

En síntesis, puede afirmarse que los indígenas otavaleños son una de las comunidades más representativas y emprendedoras entre las múltiples etnias indígenas que habitan el Ecuador. Además, es sin duda la comunidad que más ha destacado en el ámbito comercial, tanto por su incursión en el mercado doméstico como internacional. En este sentido es cierto lo que afirma Pablo Cuvi cuando señala que los otavaleños "se han convertido en los personajes más representativos del Ecuador en el extranjero".

LA PRESENCIA DE OTAVALEÑOS EN MÉXICO

Hasta mediados del año 2000, no se había constatado un flujo importante de indígenas otavaleños que se desplacen a México a fin de comercializar sus productos. Hasta entonces, se conocía un número limitado de miembros de esa comunidad que realizaban viajes periódicos a ese país a fin de participar en diversas ferias o entregar mercadería a sus clientes. Se calcula que, hasta mediados de ese año, el número de otavaleños que frecuentaba, residía o comercializaba productos en México no debía sobrepasar los 30 individuos.

A partir de mediados de 2000, se aprecia un significativo incremento en la presencia de artesanos y comerciantes otavaleños que se desplazan a México, la casi totalidad atraídos por la posibilidad de comercializar productos artesanales y textiles en ese mercado.

De acuerdo a las estimaciones realizadas por los propios otavaleños que han ido a México, se calcula que para el mes de diciembre del año 2001, posiblemente el momento de mayor migración a México, el número de miembros de esa comunidad que se encontraban presentes en territorio mexicano estaba en el orden de las 200 a 300 personas. Con excepción de algunos de ellos que poseen la residencia en México, la gran mayoría constituía una población flotante que viajaba periódicamente al Ecuador a fin de traer nuevas mercancías o simplemente a fin de renovar sus visas de estadía.

Para el año 2002, el flujo de viajeros otavaleños que visitaba México disminuyó sensiblemente, debido principalmente a las regulaciones más estrictas que las autoridades mexicanas impusieron en el otorgamiento de visas, así como en la introducción de productos a México.

Las Causas de la Migración

Resulta difícil precisar exactamente las causas que motivaron la creciente migración de indígenas otavaleños a México durante los últimos dos años. Sin embargo, de acuerdo a las consultas realizadas entre los propios comerciantes y artesanos, y en base a las condiciones del mercado mexicano se pueden señalar las siguientes:

1) Aprovechamiento de oportunidades de mercado para productos artesanales y textiles; efectivamente, los otavaleños descubrieron que algunos de sus productos son especialmente atractivos para el mercado mexicano, tanto en presentación como en precio. Los productos que más llaman la atención son ciertamente las chaliñas y los bolsos, los cuales han tenido muy buena acogida.

2) Participación en ferias y eventos comerciales de carácter artesanal; los otavaleños en general han tomado conciencia sobre la gran cantidad y variedad de ferias regionales y locales que se realizan anualmente en México, lo cual brinda múltiples oportunidades de comercialización de sus productos.

3) Cambio en la percepción del mercado mexicano; varios comerciantes otavaleños han señalado que desde algún tiempo atrás se produjo un cambio en la percepción del mercado azteca, el cual se consideraba tradicionalmente como un "país pobre", a diferencia de otros mercados de mayor poder adquisitivo en Europa, Estados Unidos, etc. Actualmente, los otavaleños perciben a México, como un mercado interesante, con mucha población, con poder adquisitivo y con múltiples oportunidades para comercialización de sus productos.

4) Saturación y decaimiento de otros mercados de interés; numerosos indígenas otavaleños coinciden en el hecho de que existe una práctica "saturación" de otros mercados en los cuales ellos habían incursionado agresivamente. Por ejemplo, se señala que países como Chile, Uruguay, Panamá, Costa Rica, Colombia y España, han recibido en los últimos años flujos muy importantes de comerciantes otavaleños, por lo cual las oportunidades en esos países se redujeron.

EL PROCESO Y LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

Si bien, por un lado, hay que reconocer y valorar el ánimo progresista y emprendedor de los indígenas otavaleños, lo cual determina que sean importantes representantes del comercio y la cultura ecuatoriana en el extranjero, también hay que reconocer que su actividad puede llegar a ocasionar ciertas distorsiones y problemas, cuando se realiza de manera desordenada e informal. En este sentido, se presentan, a continuación, algunos de los rasgos más críticos del proceso de comercialización de productos por parte de los otavaleños en México:

La informalidad

Como consecuencia del incremento en el flujo de comerciantes y artesanos otavaleños, se pudo constatar un evidente aumento en la informalidad de sus actividades comerciales en México, donde prima la venta de sus productos a nivel de ambulante en ciertas calles de ciudad de México, y en menor medida de otras importantes ciudades del país. De acuerdo a una visita realizada al centro histórico de ciudad de México (julio de 2002), tan solo en los alrededores del denominado "Zócalo" y de "Palacio Nacional", se contabilizaron 30 puestos de venta ambulante a cargo de indígenas otavaleños, la mayoría de los cuales realizaban sus actividades de manera totalmente informal, exhibiendo sus productos en las aceras de las calles, con los consiguientes riesgos de incautación de mercadería y extorsión, por parte de los elementos de seguridad del Gobierno de la capital azteca.

Un aspecto importante de la informalidad, es el hecho de que en muchos casos las mercancías en venta fueron introducidas bajo ciertas irregularidades a México, es decir no se acogieron estrictamente a los procedimientos, requisitos y trámites previstos por las autoridades mexicanas para importar esos productos. En efecto, usualmente los indígenas otavaleños acostumbran introducir sus mercancías como equipaje acompañado, lo cual evidentemente limita el volumen que pueden traer en cada viaje y, además, ocasiona una serie de problemas aduanales que en algunos casos se arreglan de manera irregular, mediante "coimas" o "regalos". En más de una oportunidad esas mercancías no pasaron los filtros de aduana, por lo cual no ha sido raro que comerciantes otavaleños hayan perdido sus productos o hayan tenido que reexportarlos al Ecuador.

Por otro lado, se advierte que muchos otavaleños no están familiarizados con los procedimientos formales de exportación e importación de sus mercancías, de ahí la frecuente existencia de problemas de tipo aduanal. Sin embargo, y a pesar de las malas experiencias que muchos indígenas otavaleños han tenido que enfrentar en las aduanas mexicanas, es claro que la mayoría de ellos insiste en introducir sus productos como equipaje acompañado y, por tanto, sin cesarse a los estrictos requerimientos aduanales mexicanos, en particular para la importación de textiles. El hecho de que los otavaleños privilegien mecanismos informales de introducción de productos al mercado mexicano se explica también porque la mayoría de ellos perciben a México como un mercado "cerrado" y "complicado", en el cual existen numerosas disposiciones, requerimientos y exigencias para importar, aspecto en el cual ellos tienen en buena parte razón, pues si bien México aparece en términos arancelarios como un mercado relativamente abierto, existen numerosas barreras no arancelarias, tales como requisitos administrativos, documentales y técnicos que el importador debe superar, lo que muchas veces resulta difícil o imposible de cumplir para el comerciante otavaleño. Uno de estos requisitos es el registro en el denominado "Padrón de Importadores", sin mencionar que la importación de ciertos productos "sensibles", entre ellos los textiles, requiere la inscripción en los llamados "Padrones Sectoriales de Importación".

Se conoce que algunos indígenas otavaleños, generalmente aquellos que han tenido una relación comercial de varios años con México, han regularizado su situación comercial y se han registrado como importadores de sus productos, los cuales introducen legal y reglamentariamente a México. Sin embargo, estas mismas personas se han quejado por el hecho de que el producto que ingresa irregularmente a México a través de sus compatriotas, les representa una competencia desleal e insostenible, por lo cual es frecuente que ellos mismos compren el producto irregular, a un precio que ciertamente resulta inferior al del producto que se somete a las formalidades e impuestos de importación.

Los productos

Como se señaló anteriormente, una de las principales causas del incremento en la llegada de otavaleños a México es el relativo auge de algunos de los productos que comercializan. En efecto, parece existir una moda temporal por las chalinas, conocidas localmente como "pashminas" o "rebozos", las cuales son sin duda el producto clave que prácticamente todos los comerciantes ota-

valeños venden en sus puestos. Incluso algunos de ellos se dedican únicamente a la venta de ese producto, el cual también lo venden numerosos comerciantes mexicanos.

Estas chalinas se entregan al consumidor a precios que oscilan entre 4.0 a 6.5 dólares cada una y se caracterizan por sus múltiples colores y una textura muy delgada similar a la seda. De acuerdo a lo que se ha podido constatar, y según el criterio de los mismos artesanos otavaleños, no se trata de un producto fino ni de gran calidad, se trata más bien de un artículo de calidad regular, elaborado de manera semi-industrial a base de fibras sintéticas. Es, pues, un nicho de mercado que hábilmente los comerciantes otavaleños identificaron y han tratado de aprovechar en base a un producto muy competitivo en términos de precio. De acuerdo a las averiguaciones realizadas a varios comerciantes otavaleños, se pudo conocer que el costo mayorista de estas chalinas estaría en el orden de 2 a 2.5 dólares, por lo cual existiría un margen de ganancia de 1.5 a 2.5 dólares dependiendo del precio final de venta.

El resto de productos que se comercializan se identifican más claramente con la artesanía de Otavalo, pues se trata de camisas, pantalones, blusas, suéteres, bolsos, etc., que fácilmente se identifican con la producción artesanal de esas comunidades y que ciertamente implican un mayor trabajo de tipo artesanal y con motivos que frecuentemente evidencian un origen andino del producto.

Pocos de los productos que comercializan los indígenas otavaleños cuentan con etiquetado que de cuenta de su origen, así como de su composición (en términos de fibras textiles) y cuidado de la prenda. Este es un aspecto importante, y que bien puede ser mejorado por el artesano y comerciante otavaleño, pues la incorporación de la etiqueta en las diferentes prendas no sólo permitiría cumplir con un requisito normativo para la introducción de prendas textiles a México, sino también daría una mayor difusión del producto de origen ecuatoriano y por otro lado proporcionaría un mayor respaldo al consumidor al conocer detalles sobre la mercadería que adquiere.

La competencia

Debido al considerable aumento en el número de otavaleños que comercializan sus productos en México, y debido a la limitada variedad de productos que ellos expenden, se ha generado una importante competencia, entre ellos mismos,

por las ventas de sus productos en diversos mercados, pero básicamente en la calle y en las ferias artesanales y comerciales en las que participan.

Esta competencia, ha generado algunos efectos negativos sobre los propios comerciantes otavaleños, pues los precios de sus productos se deprimen, las ventas de cada uno se reducen y los márgenes de ganancia decaen. Por otro lado, se ha podido apreciar una importante rivalidad entre ellos mismos, lo cual se manifiesta en la escasa ayuda o cooperación que muchos de ellos se prestan. En este sentido, se aprecia que los otavaleños generalmente privilegian acciones de tipo individual o familiar, antes que acciones colectivas o gremiales, tendientes a mejorar su participación en el mercado, o a resolver o enfrentar determinados problemas que puedan surgir. Si bien varios directivos gremiales de Otavalo intentaron hace algunos meses conformar la denominada "Pre-Asociación de Artesanos-Comerciantes Indígenas de Otavalo en México (PACIO-MEX)", destinada a establecer mecanismos de coordinación y cooperación entre los propios otavaleños, a fin de regular y mejorar las actividades comerciales que realizan miembros de esa comunidad en México, este intento fracasó, debido a las rivalidades y cuestionamientos que se esgrimieron entre los propios directivos, así como por parte de diversos artesanos y comerciantes otavaleños con intereses en México.

La cuestión del origen

Cabe resaltar que en la mayoría de los casos, los indígenas otavaleños mantienen su indumentaria tradicional y reconocen que ellos, y los productos que comercializan, son ecuatorianos. Sin embargo, al carecer de etiqueta, los productos que negocian los otavaleños frecuentemente se confunden y venden como artículos mexicanos o de otros orígenes. En efecto, se ha podido constatar que existe producto ecuatoriano que también es comercializado por personas mexicanas, en su mayoría indígenas de los Estados de Oaxaca y Guerrero, quienes generalmente afirman que lo que venden es mexicano.

De acuerdo a la mencionada visita de campo realizada al Centro Histórico de la capital mexicana, en esa oportunidad se observaron 13 puestos ambulantes que incluían mercancías ecuatorianas conjuntamente con otros productos artesanales mexicanos. En esos casos, la mayoría de los vendedores mexicanos negó o desconoció que sean productos ecuatorianos y más bien señalaron que se trataba de artesanía mexicana, a pesar de los inconfundibles rasgos de cier-

tos productos como bolsos y mochilas con motivos andinos. En este sentido, no existe una clara identidad del producto ecuatoriano en el mercado mexicano, pues el producto ecuatoriano se comercializa indistintamente por indígenas otavaleños como por indígenas mexicanos, sin que el consumidor final tenga conciencia del origen del producto.

Se conoce que son los propios otavaleños quienes venden sus productos a los comerciantes locales, quienes a su vez los comercializan como productos mexicanos. Esta situación se explica al conocer que varios de los artículos que ofrecen los otavaleños han tenido un significativo éxito durante los últimos años, en especial las ya citadas chalinas y bolsos, los cuales se venden como artesanía mexicana por parte de los comerciantes e indígenas locales.

La incorporación de una etiqueta en las prendas que introducen y venden los otavaleños es un tema clave a fin de ayudar a regular esta distorsión del mercado.

La mentalidad mercantil

De acuerdo a las situaciones, experiencias y contactos que se dieron en México con indígenas otavaleños, se puede señalar que prima en ellos una mentalidad eminentemente comercial, a través de la cual el objetivo básico es vender su producto de manera rápida y conveniente, por lo cual se podría decir que prima una visión de corto plazo y máxima utilidad en sus ventas.

En este sentido, el comerciante otavaleño privilegia procedimientos informales de comercio, evitando costos y trámites adicionales, que posiblemente implicarían un encarecimiento del producto, pero podrían brindarle una mayor seguridad y continuidad en el negocio.

Esta visión mercantil lleva a que se privilegie la venta de mercancías de bajo precio y fácil acceso al consumidor, lo cual a su vez implica una reducción en la calidad del producto, como se ha podido apreciar en el caso de las chalinas, las mismas que responden más a un proceso industrial que propiamente artesanal. En otros casos, por ejemplo las camisas y blusas, el trabajo artesanal del bordado y la decoración es a veces reducido a una mínima expresión a fin de bajar costos.

En cuanto al impacto que los indígenas otavaleños generan en la "imagen del país", al menos para el caso del mercado mexicano hay que reconocer

que si bien es un hecho que ellos contribuyen en la difusión del comercio de ciertos productos y de ciertos valores culturales ecuatorianos, no parece existir en la mentalidad del comerciante otavaleño una clara idea de difundir, a través de sus puestos de venta y de sus productos, una adecuada "imagen país", primando más bien un criterio eminentemente comercial relacionado con la venta de sus productos. Esto es particularmente claro en las ferias en las que participan comerciantes otavaleños, en las cuales usualmente se omiten símbolos y elementos alusivos al Ecuador (bandera, nombre del país, posters, folletería, etc.) y más bien se encuentra una aglomeración de productos en exhibición, a imagen y semejanza de los puestos del mercado de textiles de Otavalo.

Por otro lado, la visión eminentemente mercantil de algunos indígenas otavaleños ha llevado a que en más de una oportunidad se presenten situaciones en las que comerciantes de esta comunidad actúan de manera poco escrupulosa y ética. Concretamente, el autor de este trabajo pudo constatar, durante la Feria Internacional de Querétaro (1 al 16 de diciembre de 2001) el caso de una pareja de otavaleños que se hacían pasar por costarricenses y comercializaban productos ecuatorianos en el stand correspondiente a Costa Rica. Al realizar las averiguaciones correspondientes, se supo que estas personas estaban residiendo en Costa Rica y habían convencido al personal de la Embajada de Costa Rica en México que les permitiera ocupar el stand otorgado a ese país en dicha Feria, bajo el argumento de que expondrían productos provenientes de ese país, cuestión que fue falsa ya que no solo un 90% de las mercancías que presentaban eran ecuatorianas, sino que ellos mismos, con todo y su traje típico otavaleño, se hacían pasar como representantes de Costa Rica.

Conclusiones

- Desde mediados del año 2000, se observa un importante crecimiento en el número de indígenas otavaleños que se desplazan a México a fin de comercializar sus productos, ya sea en ferias locales, venta ambulante o entrega de mercancías a clientes mayoristas.

- Se calcula que para mediados del año 2002 podrían haberse encontrado en México entre 200 y 300 miembros de esa comunidad, la mayoría de ellos realizando actividades comerciales en ciudad de México. Se trata básicamente de una población flotante, que viaja periódicamente al Ecuador a traer nueva mercadería y renovar sus visas de estadía.

- En términos generales, no se ha tenido conocimiento sobre eventuales problemas o quejas respecto a la situación legal o migratoria de los otavaleños en México. Más bien se conoce que ellos han tenido ciertas facilidades para obtener sus visas en el Ecuador, no obstante esta situación ha cambiado durante el último año (2.002), pues la obtención de visados se ha complicado y los días de permanencia autorizados han disminuido.

- El rasgo predominante en la modalidad de comercialización del producto ecuatoriano por parte de los indígenas otavaleños es el ambulante, básicamente en zonas del centro histórico de Ciudad de México. En menor medida, la comercialización se realiza a través de la participación en ferias artesanales y comerciales, así como a través de locales o puestos comerciales ya establecidos.

- Se constata un alto grado de informalidad en el sistema de comercialización de productos por parte de los indígenas otavaleños, tanto en la forma de introducir sus productos a México, como en la propia venta, que se realiza fundamentalmente vía venta ambulante.

- Se aprecia una reducida gama de productos comercializados, entre ellos principalmente; chalinas, blusas, camisas, pantalones, bolsos y suéteres. Los productos claves son las chalinas, conocidas localmente como "pashminas" o "rebozos", prendas que se encuentran de moda y tienen una importante demanda. No obstante, no se prevé que esa demanda se mantenga en el mediano y largo plazo, pues se trata únicamente de un crecimiento temporal vinculado a un producto que se encuentra de moda.

- El incremento en el número de comerciantes otavaleños, combinado con la reducida gama de productos que venden, y sumado a la presencia de los comerciantes en similares áreas de venta (fundamentalmente el centro de ciudad de México) han llevado a una saturación del mercado, expresada en una feroz competencia entre los mismos otavaleños, lo cual se ha traducido en una serie de efectos adversos para la economía y la imagen de los propios otavaleños.

- La competencia generada entre miembros de esta comunidad ha llevado, a su vez, a una caída en los precios de venta de algunos productos (en especial las chalinas), un deterioro en la calidad de los mismos (a fin de reducir costos) y, en algunos casos, a una enconada rivalidad entre algunos de los comerciantes.

- El ingreso de productos a México, por parte de los otavaleños se realiza fundamentalmente por equipaje acompañado; en pocos casos por la vía regular de importación sujeta al cumplimiento de una serie de requisitos arancelarios y no arancelarios.

- El hecho de que los otavaleños privilegien el ingreso de mercadería como equipaje acompañado, implica normalmente incrementos importantes en el costo del flete, ya sea por el pago de exceso de equipaje y/o de altos aranceles o eventualmente de coimas en aduana para liberar la mercadería. Al introducir su mercadería como equipaje acompañado, los otavaleños utilizan el procedimiento denominado de "pedimento simplificado", el cual no siempre es transparente, pues los indígenas otavaleños tienden a subfacturar sus productos o declarar un menor número de artículos, mientras que los funcionarios de la aduana mexicana tienden a incrementar el valor estimado de las mercancías o a fijar arbitrariamente un valor sobre las mismas.

- Los productos comercializados por los indígenas otavaleños en su mayoría no cumplen con ciertas normas requeridas para la venta de productos textiles en México, entre ellos la norma de etiquetado, la cual brinda información al consumidor sobre el origen de la prenda, su composición, su lavado y cuidado, así como sobre la empresa importadora del producto.

- Se aprecia una mentalidad eminentemente mercantil en la forma de hacer negocios por parte de ciertos indígenas otavaleños, lo cual les lleva a privilegiar la obtención de ganancias en desmedro de ciertos valores éticos, comerciales y de representatividad nacional. En este sentido, se constató incluso la presencia de indígenas otavaleños que se hacían pasar por otras nacionalidades para aprovechar ciertas condiciones ventajosas para la venta de sus productos.

- El aumento de ciertos problemas comerciales e interpersonales que se dieron a raíz del incremento en la migración otavaleña a México, motivó desde finales del año 2001 la presencia en ese país de algunos dirigentes gremiales de Otavalo, con la idea de conocer la problemática relacionada con el comercio otavaleño, así como emprender acciones tendientes a buscar mecanismos que permitan normar la promoción y comercialización de productos y artesanías otavaleñas en México. Lamentablemente, esos intentos han fracasado, debido a las rivalidades y cuestionamientos que se han esgrimido entre los propios directivos, así como por parte de diversos artesanos y comerciantes otavaleños con intereses en México.

Fuentes de Información

- Consulado General del Ecuador en México
- Cuvi, Pablo, "Artesanías del Ecuador", Dinediciones, Quito, Ecuador, 1994
- Embajada del Ecuador en México
- Entrevistas con diversos comerciantes y artesanos otavaleños
- Guía Océano, "Ecuador, Galápagos", Océano Grupo Editorial, S.A. Barcelona. España, 2000
- Oficina Comercial del Ecuador en México
- Visitas de campo al centro histórico de Ciudad de México
- Visitas realizadas a varias ferias comerciales y artesanías en México

A
S
U
N
T
O
S

I
N
T
E
R
N
A
C
I
O
N
A
L
E
S

