

La misión inversa con Turquía cierra con tres negocios firmes y muchas expectativas

La Cambra destaca que se trata de un mercado creciente que ofrece oportunidades a casi todos los sectores

► En el encuentro han participado ocho firmas otomanas

Josep Lluís Alonso

La Cambra de Terrassa cerró ayer la misión inversa con Turquía, la primera de este formato con este país. Durante un día y medio, se celebraron 55 reuniones de negocio entre ocho empresas turcas y 37 catalanas. Horas antes de la conclusión, ya había tres acuerdos firmes –dos del sector de la alimentación y uno en el de la iluminación– para empezar a distribuir productos por toda Turquía.

Las ocho empresas turcas son importadoras y distribuidoras. Además de los sectores indicados, también han estado representados los de la alimentación, construcción, regalo, energías renovables y sector eléctrico.

Marsset Iluminación, de Badalona, es una de las firmas participantes que han testimoniado las buenas expectativas que ha generado este encuentro. Se trata de una compañía familiar fundada en 1942. Empezó como empresa metalúrgica, luego pasó a fabricar lámparas metálicas y, finalmente, apostó por el diseño, con el que ha ganado muchos premios. Julia Farré, del equipo de exportación, destaca que Marsset ha participado en esta misión "porque las cámaras dan mucho apoyo a las empresas pequeñas y medianas para conocer partners y clientes potenciales de otros países". Razona



A la derecha, Inzi Zehra Ozman, de Phare Design, con el equipo comercial de Marsset Iluminación. CRISTÓBAL CASTRO

que con la crisis en España, la exportación está subiendo. "A muchas empresas pequeñas de Catalunya les cuesta dar este paso, pero creo que con la situación actual, lo intentarán y verán que realmente hay que trabajar globalmente por todo el mundo". Marsset Iluminación exporta el 45% de sus ventas actuales a 30 países del mundo.

Esta misión le ha permitido reencontrarse con Phare Design, una compañía turca muy bien situada en el sector de los proyectos, tanto institucionales como corporativos (hoteles, empresas...), con la que ya tuvo relaciones comerciales hace diez años, pero con la que acabó perdiendo el contacto. "Aunque Turquía no es co-

nocida por el diseño como Italia, tiene fabricantes importantes", explica Farré. Ambas compañías están considerando ahora la oportunidad de trabajar juntas otra vez. Otra empresa turca, Mudo, del sector de la decoración, da también su testimonio en la entrevista que aparece bajo estas líneas. En cualquier caso, la Cambra

pone de relieve el potencial de Turquía, "un mercado de más de 70 millones de habitantes, de consumidores. Está creciendo muchísimo y es muy interesante no sólo para vender, sino para hacer inversiones", explica Josep Maria Armengou, responsable técnico de comercio internacional de la Cambra de Terrassa. Recuerda, además, que se trata de un mercado muy estratégico, a caballo entre Europa y Asia. "Estar presente en Turquía es tener la puerta de acceso al mercado de Asia Central, Oriente Medio...". El deseo del país es entrar en la UE, razón por la que "ha mejorado mucho económicamente aunque por temas políticos aún no ha podido entrar".

UN MERCADO QUE CRECE

A pesar de que la crisis financiera también le ha afectado, lo cierto es que ahora está creciendo y, según destacó el cónsul otomano en Barcelona en el encuentro que tuvo con la Cambra de Terrassa, los proyectos que la crisis paralizó han vuelto a ponerse en marcha. Armengou indica que "las empresas turcas que han venido lo confirman. Tienen muchos proyectos nuevos por delante y esperan buenos resultados en 2010 y sobre todo en 2011". Apunta que las oportunidades que ofrece son muchas. "Tiene proyectos de infraestructuras, la construcción está creciendo mucho... pero no hay que descartar a ningún sector: energías renovables, farmacéuticos, cosmética, alimentación... Hay muchos sectores con posibilidades porque es un mercado creciente".

HATICE CAN MANAGER COMERCIAL DE LA CADENA DE DECORACIÓN MUDO

"En Turquía somos una población grande y joven, con una mentalidad muy abierta"

Hatice Can es manager comercial de la compañía turca Mudo, y se ha entrevistado con seis firmas catalanas en el marco de la misión inversa.

¿A qué se dedica su empresa?

Es una empresa del sector de la decoración, que vende muebles, artículos para la cocina, el hogar. Tenemos 84 tiendas por todo el país. La mayoría de productos que vendemos son importados. Los tenemos de toda Europa, India y Asia Oriental. Compramos en el extranjero y distribuimos en Turquía.

¿Cuál es la relación de Mudo con el mercado español?

Estamos comprando ya a una empresa catalana, Ceres Roure, fabricante de velas, con la que nos hemos visto también en esta misión. Ahora esperamos encontrar nuevos proveedores a través de las reuniones que hemos tenido.

¿Qué impresión ha sacado de sus entrevistas con las empresas que ha contactado?

Realmente, creo que puedo ha-



cer negocios con cualesquiera de ellas. Una acción de este tipo permite conocer nuevas empresas, comunicarte y estar muy contentos con el trabajo hecho.

¿Para alguien que no conozca su país, qué destacaría de Turquía desde el punto de vista econó-

mico y también empresarial?

Lo primero la población. Somos setenta millones de habitantes. Además somos una población joven, con una mentalidad muy abierta. Tenemos una parte muy vinculada al Oeste, a Europa, y otra a Asia. Somos un país con muchas ga-

nas de hacer cosas, de aprender y somos muy abiertos. Esta es una actitud muy positiva.

¿Cuánto tiempo lleva trabajando en su empresa? Usted se ve muy joven...

Tengo 28 años y llevo cinco trabajando en esta empresa. Soy una de las más veteranas.

ANGLES nens, joves i adults
GRUPS de CONVERSA
REFORÇ ESCOLAR

ADULTS
Cursos 100% subvencionats

C. Ancianitat , 81
(Zona Olímpica) · Terrassa
Tel. 93 734 21 20 · www.yessi.com

TERRASSA | CERDANYOLA | RIPOLLET