

Turquía se ofrece a Galicia como puerta de entrada a 1.500 millones de consumidores

Seguridad jurídica, una clase media en auge y estabilidad política pese a los últimos conflictos, atractivos para captar la inversión gallega // Los expertos aconsejan entrar con un socio local



INAUGURACIÓN Xavier Cea, subdirector de EL CORREO GALLEGO, y María Dolores García. Foto: Ramón Escuredo



ÉXITO DE PÚBLICO Viñal; izquierda, Yasemen Korukcu, Caramés y Armando Villanueva, en la primera fila. Foto: R.E.

LOS DATOS

Exportaciones. En 2012 las exportaciones gallegas alcanzaron los 16.500 millones de euros, con 5.971 firmas exportadoras (un 11% más que hace un año). Un aumento que sigue en el primer trimestre del año, con 3.250 firmas que exportaron (5% más) superando los 4.000 millones.

Mercados. Turquía supone el noveno mercado para las exportaciones gallegas. El pasado ejercicio unas 200 empresas autóctonas vendieron en este mercado por 342 millones. Entre enero y marzo de 2013 llegaron a este país 125 empresas gallegas por un importe de 120 millones de euros.

Fuerte crecimiento. Mientras España sigue sufriendo el látigo de la recesión, Turquía espera acabar el año creciendo a un ritmo superior al 3%, mientras que en 2014 se espera que la economía avance al 5%. Actualmente acumula más de 33.000 empresas de capital extranjero.

FELIPE DE TORO Santiago

Un mercado interior de 75 millones de habitantes, que superan los 300 en toda la región, y 1.500 millones de consumidores a 4 horas de avión desde Estambul. Esta es la carta de presentación de Turquía y algunos de los atractivos que ofrece a las empresas gallegas que decidan apostar por este país bisagra entre Europa y Asia, con una clase media cada vez más pujante. Una democracia de raíces profundas, que destaca por su seguridad jurídica y con estabilidad política, a pesar de los últimos incidentes.

Así lo constataron los expertos que participaron ayer en la jornada organizada en el hotel San Francisco de Santiago por el Grupo Correo Gallego bajo el título *Turquía, una oportunidad de negocio para las empresas gallegas*, en el que participaron ponentes del ámbito de la empresa, la Administración y la Universidad. La encargada de abrir la cita fue María Dolores García, gerente de Igape (Instituto Galego de Promoción Económica, Igape), que expuso las políticas de apoyo a la internacionalización que lleva a cabo la Xunta.

García, que destacó el "creciente interés" por la exportación en la comunidad, recordó los 20 millones de euros que destinará el Ejecutivo gallego a promocionar la salida al exterior de las empresas y la veintena de programas de apoyo que desarrolla. Igualmente, recordó que el Igape ofrece avales por el 50% del importe de la financiación para los procesos de internacionalización, así como un programa de cooperación para buscar posibles socios en el exterior. Final-

mente, avanzó que el Diario Oficial de Galicia (DOG) publicará hoy la orden de ayudas para contratar a un gestor de internacionalización, con un mes de plazo para formular la solicitud.

Tras sus palabras, el catedrático de Hacienda Pública de la USC, Luis Caramés, presentó al segundo ponente, el diplomático compostelano Antonio Viñal. Como secretario general de la Cámara Oficial de Comercio e Industria Hispano Turca, Viñal subrayó que, frente al actual escenario español, Turquía creó más de 3 millones de empleos entre 2009 y 2011 -más que los 27 estados de la Unión Europea-, lo que da la medida de su potencial. Con todo, antes de lanzarse a este mercado, enfatizó la importancia de contar con un socio local fiable para evitar "sorpresas no deseadas".

UNA SOCIEDAD EN 6 DÍAS

●●● En su proceso de captación de inversión exterior, Turquía ofrece un trato jurídico idéntico a los inversores extranjeros y nacionales. Además, no se exige que las sociedades cuenten con participación local alguna. Otro de los puntos importantes tiene que ver con la rapidez en la que una idea puede transformarse en empresa: una vez se disponga de la documentación necesaria, apenas se tarda "entre uno y seis días reales" para crearla, resaltó Viñal.

FORO PATROCINADO POR:





Armando Villanueva Vila, de la Red Pexga. Foto: R.E.



Caramés, izqda., con Antonio Fontenla en la clausura del foro de EL CORREO. Foto: R.E.



Antonio Fontenla

PRESIDENTE DE LA CEG

“La relación entre Turquía y Galicia ha crecido en la última década. La balanza comercial está hoy empatada”

Iago Soto

DIR. MÁRQUETIN QUOBIS

“Una vez que las grandes empresas españolas se instalen en Turquía, todas las TIC irán detrás”

Armando Villanueva

DIRECTOR DE LA RED PEXGA

“Empresarios gallegos que no vendían fuera de su provincia, hoy son capaces de exportar”

Textil, naval, medioambiente, TIC y automoción, principales nichos

Con una edad media de 29 años, Turquía se asegura una mano de obra “joven y cualificada” hasta 2050 // El absentismo es 4,6 días al año y el paro del 9%

FELIPE DE TORO
Santiago

No sólo en la economía la situación de Turquía es distinta a la española. Su pirámide demográfica también está en las antípodas del envejecimiento autóctono. El 60% de su población es menor de 34 años y la media de edad es de 29. Son datos que permiten garantizar hasta 2050 una mano de obra “joven y cualificada”, pues cada año hay 400.000 graduados universitarios.

Así lo expuso la directora de la agencia de apoyo y promoción de inversiones de Turquía Yasemen Ko-

rukcu, quien recordó que el absentismo laboral en su país es apenas de 4,6 días al año. Además, con una tasa de paro del 9% frente al 26% español- Turquía está fortaleciendo su clase media, lo que redundará en un importante aumento del consumo. En la última década la venta de automóviles se triplicó.

Sin perder de vista el ambicioso plan impulsado por el Gobierno para fortalecer la economía de cara al año 2023 (cuando la República de Turquía celebra su centenario), la automoción es, precisamente, uno de los sectores más fuertes y que

más posibilidades ofrecen para el desembarco de empresas españolas y gallegas en el país, como también resaltó en la mesa posterior el director de la Red Pexga, Armando Villanueva.

Otros grandes nichos de interés son el textil, que exporta el 50% de su producción a la UE y ofrece la posibilidad de llevar un camión de España a Estambul en 72 horas; el naval, que tiene en Turquía la sexta potencia mundial en pedidos -con 120 astilleros y 45.000 empleos directos-; y el medio ambiente, para el que se maneja una previsión de crecimiento del

6,5% anual, puntualizó el director de la Red Pexga.

“Queremos ser la referencia en destino de las empresas que se internacionalizan”, declaró Villanueva, ante un auditorio en el que destacaba el cónsul honorario de Turquía en Galicia, Francisco Peleteiro Gallego.

Además de información, asesoramiento y apoyo gratuito con solo inscribirse en su página web, la Red Pexga -presente en Estambul- elabora informes “prácticos y personales” para ayudar a los empresarios en su proceso de internacionalización. “Somos,

ante todo, realistas e intentamos decirle al empresario que posibilidades reales tiene en el país elegido para expandirse”.

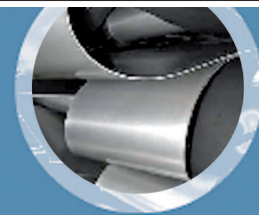
Para cerrar la jornada, Iago Soto, director de Márquetin de Quobis, empresa pionera en acceder al mercado turco en el sector TIC, auguró que más empresas españolas comenzarán pronto a crecer en este país. El presidente de la patronal gallega, Antonio Fontenla, calusuró el foro definiendo a Turquía como un “mercado importante para Galicia”, avanzando que “hay opciones de ampliar la base de colaboración actual”.

GRAN MERCADO

300

Millones de potenciales consumidores ofrece a las empresas gallegas el mercado de la región de Turquía, una “república parlamentaria, con seguridad jurídica y tradición democrática”, como resaltaron los ponentes. El país otomano tiene además un acuerdo preferencial con la Unión Europea y es posible que se una al club de los 27 en pocos años.

Asime
Asociación de Industriales
Metalúrgicos de Galicia



www.asime.es

Avda. Doctor Corbal 51 • 36207 Vigo (Pontevedra) • Tels: +34 986 410 727 / 986 410 139 • Fax: +34 986 424 821

“El español es el segundo mercado más importante para Turkish”

El director de márketing de la compañía destaca el valor estratégico del vuelo a Santiago

JACOBO TÁBOAS
Santiago

El vuelo directo de Turkish Airlines entre Santiago y Estambul, que comenzó a operar el pasado 21 de mayo con tres frecuencias semanales, permitirá complementar “la red de conexiones de la aerolínea turca con España” con el objetivo de “ofrecer una mayor conectividad a sus pasajeros”. Yahya Zahid Sensoy, Marketing Manager de Turkish Airlines en Madrid, aseguró que para la compañía turca el mercado español es, después de Alemania, el más importante en todo el mundo.

“Abrir una nueva ruta con la zona noroeste de España era fundamental para nuestra empresa y pensamos que Santiago es la ciudad ideal, puesto que facilita a los ciudadanos de toda Galicia y el norte de Portugal acceso a la amplia

red de destinos donde volamos”, afirmó Sensoy en el transcurso del foro *Turquia, una oportunidad de negocio para las empresas gallegas*, organizado por el Grupo Correo Gallego.

De esta manera, son seis los destinos que cubre Turkish Airlines en España, ya que Santiago se suma a Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga y Bilbao. La ruta entre Santiago y Estambul opera hasta el momento tres veces por semana (martes, viernes y domingo) con un Airbus A319 y un Boeing 737-800. El avión despegó de Lavacolla a las 13.50 horas y llega al Aeropuerto Internacional de Atatürk a las 19.15. En tanto, desde Estambul los vuelos parten a las 9.00 horas y aterrizan en Santiago a las 12.45.

El director de márketing de Turkish Airlines en Madrid, que en los próximos días será nombrado director general de la compañía en la capital gallega, explicó que el objetivo central es que el turista no vaya solamente a Estambul, sino que a través de este vuelo directo pueda conectar con los 231 destinos de Turkish Airlines en 102 países.

Bajo el título *El transporte aéreo como medio de promoción del turismo y los negocios hispano-turcos*, el ejecutivo de la aerolínea turca disertó sobre la importancia de aumentar el nivel de conectividad. “Para nosotros es fundamental porque nos permite aumentar el volumen de negocios”, indicó.

Además se refirió a la importancia de la nueva línea directa con la capital gallega para incrementar las relaciones comerciales con Turquía e impulsar el transporte de mercancías.



Luis Caramés fue el encargado de presentar las ponencias de Zahid Sensoy (c) y Miquel Alimbau (d). Foto: R. Escudero



Imagen de la llegada al aeropuerto de Lavacolla del primer vuelo entre Estambul y Santiago, en mayo. Foto: C. Martínez

Una aerolínea de cuatro estrellas con una flota de 219 aviones

La empresa turca, nombrada mejor compañía aérea de Europa en 2011 y 2012

Santiago. Fundada en 1933 con una flota inicial de cinco aeronaves, Turkish Airlines, miembro de Star Alliance, es actualmente una aerolínea de 4 estrellas con una flota de 219 aviones (de pasajeros y mercancía) que vuela a 231 destinos en 102 países.

Turkish Airlines es una de las compañías de más rápido crecimiento del mundo y, de acuerdo con los resultados de una evaluación de Skytrax, ha sido la ganadora de las categorías Mejor Aerolínea en Europa, Mejores Asientos Premium en Clase Económica por sus asientos de la

Clase Comfort y Mejor Aerolínea del Sur de Europa en 2011 y 2012.

Asimismo, Turkish Airlines ha sido galardonada con el título de Mejor Cáterin y mantiene la denominación 4 estrellas, lo que la sitúa en el reducido grupo de aerolíneas de gran calidad. La aerolínea obtuvo también el premio Skytrax al Mejor Cáterin en Clase Económica de 2010 y el de Mejor Cáterin a bordo por Skyscanner en 2011.

La compañía turca es una de las primeras aerolíneas en ofrecer el servicio *Flying Chef* (Chef a bordo) a sus pasajeros de Clase Business en vuelos de larga distancia.

Por otra parte, el acuerdo establecido entre Turkish Airlines, el Ministerio tur-

co de Asuntos Exteriores y el de Interior ha facilitado el proceso de obtención del visado para entrar en Turquía. De este modo, ahora es posible obtener este documento también vía Internet, con lo que el viajero podrá evitar las colas en el aeropuerto.

Turkish inauguraba el pasado 21 de mayo su ruta entre Santiago y Estambul. El avión de la compañía turca aterrizaba en Lavacolla a las 12.35 horas, 10 minutos antes de lo previsto, con 144 pasajeros a bordo. La aeronave, un Boeing 737-800 con capacidad para 151 viajeros, fue recibida con el tradicional saludo de cañones de agua. En el vuelo inaugural de la nueva ruta viajaba un grupo de 40 japoneses. **J. TÁBOAS**

DESTINOS

231

En 102 países Coincidiendo con la inauguración oficial de la nueva ruta entre Santiago y Estambul, la capital gallega se convertirá el pasado 21 de mayo en el destino número 225 en 99 países de Turkish Airlines. Ayer, tan solo tres semanas después, Miquel Alimbau Comas, Regional Marketing Manager de Turkish, actualizaba el dato: “Somos la línea aérea que vuela a más países en el mundo, un total de 231 destinos en 102 países”.

“

Yahya Zahid Sensoy

MARKETING MANAGER DE TURKISH

“El objetivo de Turkish Airlines es añadir en el futuro más frecuencias semanales con la capital gallega”

“La línea directa con Santiago es muy importante para aumentar nuestro nivel de conectividad”

