

Empresarios turcos trabajan para abrirse camino en el país

DULCE MARÍA RODRÍGUEZ ■ Periodista

Venezuela es un país a la vez fácil y difícil para hacer negocios, según el presidente de la Cámara de Empresarios Turco-Latinoamericana. Es fácil para el que conoce a las personas adecuadas y tiene el contacto que asigna el proyecto; y difícil, porque todos los negocios se hacen debajo de la mesa.

POR ESTAR UBICADA entre Europa y Asia, así como entre tres mares, Turquía ha sido una encrucijada histórica de las culturas y civilizaciones orientales y occidentales, además de una potencia económica regional. «Es la China de Europa, pero ofrece productos de mejor calidad y rápido tiempo de entrega. Es un proveedor confiable», asegura Nico Bora, presidente de la Cámara de Empresarios Turco-Latinoamericana.

Turquía ha ido abriendo progresivamente sus mercados mediante reformas económicas, tales como reducción de controles gubernamentales sobre el comercio exterior y la inversión, privatización de industrias de propiedad pública y liberalización de muchos sectores de bienes privados. Según Bora, la economía de Turquía ya no está dominada por las actividades agrícolas tradicionales de las zonas rurales, sino por la dinámica de los complejos industriales de las grandes ciudades, en su mayoría concentradas en las provincias occidentales del país, junto con un desarrollado sector de servicios.

El foco está actualmente en la manufactura. La base industrial aporta el 25,4 por ciento del PIB, la agricultura mantiene todavía un peso importante aunque en constante retroceso (10,3 por ciento), la construcción es responsable del 4,4 por ciento, mientras que el sector servicios es el más relevante con un 59,9 por ciento y un acelerado crecimiento en los últimos años. Otros sectores clave de la economía turca son banca, construcción, industria automotriz, electrodomésticos, electrónica, textiles, refinación de petróleo, productos petroquímicos, alimentos, minería, hierro y acero, y maquinaria.

Los mercados tradicionales de exportación son Europa, Asia, África y el Medio Oriente, por ser sus vecinos. Sin embargo, desde hace unos años voltearon la mirada hacia Latinoamérica y más recientemente hacia Venezuela. A pesar de la distancia, este mercado les resulta atractivo por las nuevas opciones y oportunidades de negocios.

En 2009 realizaron un estudio de mercado para conocer las costumbres, las tradiciones y los hábitos de compra de los venezolanos. Encontraron que hay muchas necesidades insatisfechas en Venezuela y consumidores ávidos de productos y servicios de calidad. A partir de entonces iniciaron su acercamiento. Aunque desde 1957 está en funcionamiento la embajada de Turquía en el país, la actividad comercial bilateral ha sido incipiente. Comenzaron con la realización de festivales en los que mostraron su cultura, gastronomía y tradiciones.

Apertura

El presidente de la Cámara turca señaló que en 2010 se firmaron algunos acuerdos bilaterales en el sector construcción. Se estableció un convenio de cooperación para el desarrollo de proyectos habitacionales con representantes de las empresas Onur y Summa. Los planes conjuntos incluían la ejecución de trabajos

relacionados con la construcción y el mantenimiento de carreteras, vías férreas, hospitales, centros de convenciones y otros planes de infraestructura en territorio venezolano.

En agosto de 2011 el embajador de Turquía en Venezuela, Mushin Kilicaslan, afirmó que su país estaba satisfecho por poder participar en la Gran Misión Vivienda Venezuela (GMVV) con este convenio: «El Estado turco está con ustedes, estamos seguros de que la empresa Summa va a responderle al gobierno venezolano y estaremos apoyándolos en todo momento».

Bora explicó que Summa construyó 3.088 viviendas en la urbanización Playa Grande en el estado Vargas para la GMVV: unidades prefabricadas que fueron entregadas antes del tiempo establecido y sin ningún problema con los materiales. Esta empresa turca tiene una marca de construcción de 20.000 casas en ocho meses entregadas en Irak: «Las viviendas fueron pagadas con petróleo», aseguró Bora. La negociación incluyó un importante acuerdo de cooperación energética. «Venezuela tiene la materia prima y Turquía la tecnología para manufacturar productos terminados de calidad».

Transferencia tecnológica

A la compañía turca Dorce, especializada en prefabricado, edificación y construcción industrial y comercial, fundada en 1989, el gobierno venezolano le encargó la ejecución de un proyecto que incluía cuatro hospitales inteligentes. La contratista, con una vasta experiencia, ofreció servicios de ingeniería, procura y construcción de alta calidad en ambientes extremos. Cuenta con una de las mayores fábricas de estructuras de acero prefabricadas en el mundo. La planta ubicada en Ankara cuenta con 100.000 metros cuadrados de superficie y 55.000 metros cuadrados de taller.

En noviembre de 2012 Dorce suministró los conjuntos de partes para construir los cuatro hospitales inteligentes, planificados para los estados Guárico, Barinas, Apure y Mérida. «Se entregaron antes del tiempo previsto; los venezolanos ni siquiera tenían listo el piso en el que se instalarían las piezas», indicó Bora. Los hospitales cuentan con un área de construcción de 57.800 metros cuadrados y fueron prefabricados en Turquía con tecnología turca y alemana.

El convenio bilateral incluyó transferencia tecnológica de Turquía a Venezuela. La empresa Dorce ofreció asesoría técnica para la instalación de las partes. Trajeron sus ingenieros especializados en prefabricado para adiestrar al personal local en como armar las edificaciones.

Impulso

Según cifras de la Cámara de Empresarios Turco-Latinoamericana, la balanza comercial entre ambos países está a favor de Venezuela. Las exportaciones de Venezuela a Turquía en 2013

fueron de 193 millones de dólares, mientras que Venezuela realizó importaciones desde Turquía por un monto de 75 millones de dólares. El empresario turco es optimista y aseguró que siguen en negociaciones y abriendo caminos.

Los turcos han exportado hacia Venezuela textiles, materiales de construcción, maquillaje y alimentos, entre ellos frutos secos y aceite de oliva. Uno de los mayores inconvenientes para

Los turcos han exportado hacia Venezuela textiles, materiales de construcción, maquillaje y alimentos, entre ellos frutos secos y aceite de oliva

exportar hacia el país ha sido la permisología. Para introducir alimentos al mercado venezolano hay que cumplir con numerosos trámites que se vuelven una traba. Exigen que se presenten diez muestras del producto y los laboratorios tardan hasta un año y medio en responder y otorgar el permiso.

El objetivo de los turcos es incrementar la balanza comercial en 20 por ciento. «Las vías están abiertas, somos países amigos y lo más importante es que los dos pueblos se acepten».

Fácil y difícil

«Venezuela es un país fácil y difícil para hacer negocios», asevera Nico Bora. Es fácil para el que conoce a las personas adecuadas y tiene el contacto que asigna el proyecto o la compra. «Los negocios están en pocas manos, los manejan o ejecutan pocas empresas, es un círculo muy estrecho y cerrado». Indicó que tres o cuatro empresas no pueden hacer todos los negocios de un país, no hay capacidad para tanto. «Así no se avanza, reflexionó—; por el contrario, se crean muchas dificultades. También se propicia la desconfianza en los inversionistas».

«Los negocios deben ser abiertos, limpios, para que las empresas puedan realizar sus propuestas. Que se llame a licitación para los grandes y pequeños proyectos». Aseveró que de esa manera se beneficiará el pueblo con trabajos de calidad realizados por profesionales con experiencia y el gobierno quedaría bien, porque cumpliría lo que ofrece. «No se puede entregar en tres años un trabajo que se estimó ejecutar en ocho meses. Tampoco se puede invertir tres veces la cantidad de dinero presupuestada originalmente para un proyecto».

«Venezuela es un país difícil porque la mayoría de los negocios se hacen debajo de la mesa», denunció. El principal obstáculo que han encontrado los empresarios turcos para hacer negocios en el país es la forma de trabajar, la cual calificó como contraria a la de ellos. Afirmó que no hay transparencia en los negocios, por lo cual no generan confianza en los inversionistas. «Para crecer y progresar el gobierno tiene que hacer los negocios sobre la mesa. Ser transparentes. Que no queden todos los trabajos en pocas manos». Señaló que cuando los empresarios y el gobierno tienen como un mismo propósito el desarrollo económico del país fluye el progreso.

Oportunidades

Venezuela puede llegar a ser una potencia mundial, pero se necesita que ocurran muchos cambios, dijo Bora. A su juicio hay tres factores que determinan el desarrollo de un país: el clima, sus recursos naturales y la mano de obra.

El clima de Venezuela es amigable todo el año. Esto favorece el cultivo. Deberían ser un líder exportador de alimentos, la sede que surta a toda Latinoamérica, porque cuentan con tierras muy fértiles y la capacidad para producir. También el buen clima facilita el impulso del turismo durante todo el año. Ya tendrían que ser una potencia con todas las bellezas natura-

les por mostrar. Los recursos naturales como el petróleo y los minerales se deberían utilizar para la construcción del país y no que la economía dependiera solo de la renta que ellos ofrecen. La mano de obra le parece económica comparada con otros mercados.

Recientemente Bora estuvo en Turquía y exhortó a sus compatriotas a invertir en el país. Se mostraron muy interesados. «Ven que hay futuro, pero hay que modificar la forma de trabajar». La opción es establecer sociedades con empresarios turcos para exportar a Turquía o viceversa. Aseguró que se han abierto las negociaciones y ya hay un acercamiento.

Citó como ejemplo el coque, un subproducto residual del proceso de mejorar y refinar petróleo pesado, que los turcos necesitan como materia prima para producir cemento y que el gobierno prefirió acumular más de 500 millones de toneladas en el criogénico de Jose, estado Anzoátegui, y produciendo enfermedades respiratorias a los vecinos de la zona. Se firmaron acuerdos de cooperación con Turquía, entre los que se encontraba la venta de dos millones de toneladas anuales de coque, pero el gobierno desistió de realizar la negociación. Bora acotó que habría tomado valor algo que ahora es desecho y se habrían construido más viviendas.

Organizados

Los empresarios turcos, con el objetivo de fomentar el intercambio económico, comercial, tecnológico, científico, cultural y turístico entre Turquía y Latinoamérica, además de informar sobre los diferentes mercados de la región y proporcionarse respaldo legal y administrativo, se organizaron en la Cámara de Empresarios Turco-Latinoamericana. Esta organización multilateral nació en 2009 y constituye el punto de encuentro y apoyo de los turcos al realizar negocios en distintos países, de manera de facilitar los contactos con los organismos públicos y privados relacionados con la actividad económica.

Bora dijo que difunden los principios de la libre empresa y la economía de mercado, con la concepción de ética empresarial y responsabilidad social. Promueven encuentros empresariales entre los países representados, promocionan y organizan misiones comerciales, canalizan la búsqueda de socios y alianzas estratégicas entre asociados y organizan eventos de interés con otras instituciones.

Entre los logros del organismo su presidente mencionó haber impulsado la apertura de un vuelo directo entre Caracas y Estambul con la línea Turkish Airline, el cual está en proceso de concretarse (11.271 venezolanos visitaron Turquía en 2013, un aumento de 31,7 por ciento en dos años). También están desarrollando un programa de enseñanza del idioma turco en las universidades Santa María y Metropolitana. Asimismo, la Cámara capta estudiantes de pregrado y posgrado para un programa de intercambio de estudio en Turquía. Los interesados reciben una beca completa que incluye inscripción en la institución académica para estudiar carreras vinculadas con ciencia e ingeniería, y la manutención durante su permanencia allá.

En la Cámara proyectan realizar la semana turca, con intercambio cultural, feria de negocios, desfiles de moda, exhibición de textiles y gastronomía, para dar a conocer el quehacer de su país. «La clave es trabajar», sostuvo Bora. Contó que llegó al país hace ocho años y desde entonces no ha parado un día. Comenzó con un carrito de comida en la calle. Viajó con su carrito y participó en diferentes ferias. La experiencia le sirvió para conocer el país y hacer crecer sus ingresos. Luego montó el restaurante Istanbul en el Centro Comercial San Ignacio y sigue adelante, ahora promoviendo el intercambio comercial bilateral. 