

El mercado de la confección femenina en Turquía

El mercado de la confección femenina en Turquía

Este estudio ha sido realizado por Blanca González Lorenzo, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul

Septiembre 2004

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	8
1. Análisis cuantitativo	8
1.1. Tamaño de la oferta	8
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	8
2. Análisis cualitativo	20
2.1. Producción: detalles del proceso productivo, evolución y perspectivas	20
2.2. Obstáculos comerciales	27
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	30
1. Canales de distribución	30
1.1. Formas de distribución más comunes en Turquía	30
1.2. Esquema de las distintas formas de distribución	30
1.3. Distribución de productos importados	32
1.4. Canal más adecuado para la empresa española	32
2. Medios de promoción	32
3. Precios	34
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	35
1. Tendencias generales de consumo	35
1.1. Factores socio-demográficos	35
1.2. Factores económicos	37
1.3. Factores culturales	37
1.4. Factores climáticos	38
1.5. Consumo	38
2. Análisis del comportamiento del consumidor	38
2.1. Hábitos de consumo	39
2.2. Hábitos de compra	39
3. Potencial para la empresa española	40
4. Perspectivas de evolución de la demanda	40
V. ANEXOS	42
1. Entrevistas realizadas	42
2. Confeccionistas de prendas de vestir femeninas	48
3. Confeccionistas con marcas propias	54
4. Agentes del sector textil	63

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

5. Asociaciones turcas del sector textil y de la confección	68
6. Ferias relacionadas con el sector textil celebradas anualmente en Turquía	71
7. Ferias previstas para el año 2005	72
8. Revistas especializadas	73
9. Bibliografía	75

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Turquía es un país que goza de un enclave estratégico entre Europa y Asia, con una extensa superficie y una población numerosa y joven, distribuida de forma desigual y concentrada en su mayoría en los núcleos urbanos de la península de Tracia y la costa occidental del país.

La economía turca de las últimas décadas se ha caracterizado por la inestabilidad, ya que ha sufrido graves crisis económicas y financieras desde la II Guerra Mundial, así como altas tasas de inflación y de paro, aspectos que la han convertido en el mayor deudor del FMI en relación a su cuota. Sin embargo, en los dos últimos años ha experimentado claros síntomas de recuperación, debido a los inmensos esfuerzos realizados para obtener la adhesión a la UE.

En este contexto, el sector del textil y de la confección ha jugado un papel fundamental para el desarrollo de su economía. El peso de la industria textil es considerable en comparación con otros sectores industriales. De hecho supone un 10,6% del PIB, da empleo a cerca de cuatro millones de personas, lo cual supone un 30% de la población ocupada, y es el primer sector exportador del país.

La industria de la confección, que comenzó a mediados de los años sesenta en pequeños talleres, es actualmente competitiva a nivel mundial. Es el segundo país exportador de textiles después de China y Hong Kong, el tercer exportador de mohair y el octavo de lana.

Este desarrollo se ha debido entre otros factores a la abundancia de materias primas, a una mano de obra numerosa, joven y cualificada, a los bajos costes laborales, a la inmejorable situación estratégica del país, y, ya en los últimos años, a la progresiva liberalización y apertura económica que han permitido el cambio de mentalidad del empresario turco, que hoy en día destina o tiene como objetivo destinar más del 50% de su producción a la exportación.

Actualmente el número de empresas de textil y confección asciende a 44.000, de las cuales el 95% pertenecen al sector privado, y un 80% son PYMES. De las 500 mayores empresas de Turquía una de cada cinco se dedican a la actividad del textil y confección.

Esta industria se concentra en la región de Tracia y en la región del Egeo fundamentalmente. En la confección de prendas se emplea sobre todo el algodón, ya que Turquía es un gran productor de este material. El lino, la lana y los tejidos sintéticos y el cuero son otros materiales utilizados en esta industria.

En general, es mayor el volumen de producción de prendas de vestir para mujeres y niñas que para hombre, destacando la producción de camisas, camisetas de algodón, trajes y vestidos.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Es mayoritaria la industria de confeccionistas sin marca propia, pero el empresario turco es consciente de que debe crear sus propias marcas para poder dar mayor valor añadido a su producto.

En el ámbito del comercio exterior, España es el principal proveedor de Turquía de prendas de vestir exteriores femeninas, seguida de China e Italia. Estos dos países son los mayores competidores de España. Italia, desde hace tiempo, por la imagen de sus productos y China, que se ha incorporado de al mercado del textil y de la confección, arrasando con sus precios competitivos. Por su parte, Turquía exporta fundamentalmente a los mercados europeos y a Estados Unidos.

Las prendas de vestir turcas gozan de buena reputación en los mercados europeos y si antes el cliente determinaba el diseño e incluso el material, hoy en día, las empresas turcas diseñan sus propias colecciones.

En sus primeros años de política orientada a la exportación, las empresas turcas producían y exportaban materias primas y bienes intermedios. Sin embargo, actualmente la cuota de confección ha aumentado considerablemente con respecto a la de textil, satisface la demanda de un amplio segmento de la población turca y exporta sus colecciones a los principales mercados.

Para hacer frente a la amenaza de los mercados asiáticos el empresario turco intenta explotar sus puntos fuertes como la cercanía a los principales mercados, mejorando la coordinación y la logística y creando marcas propias, para potenciar la imagen de marca país bajo los signos *Made in Turkey* y *Turquality*.

El producto gallego goza de buena reputación en Turquía. Gusta por su estilo, diseño, su rápida adaptación a los cambios de tendencia en la moda, y se admira la estrategia y coordinación de las grandes empresas españolas y gallegas ya implantadas y consolidadas en el país.

Para introducir su producto, el empresario español debe tratar de explotar y mantener esta buena imagen, y sobre todo encontrar un buen socio local, eficiente, de confianza, que se dedique exclusivamente al campo de la confección, y que posea una mentalidad y filosofía comercial similar a la del empresario español.

El aspecto del producto con el que debe jugar el empresario es el factor moda, que es el que más valoran los consumidores. Vender la imagen de estilo, diseño y vanguardia es un arma óptima para paliar la diferencia en precios con respecto del producto asiático. De todos modos, hay que tener en cuenta que en Turquía los salarios son bajos y la renta per cápita no llega a los 3.500 euros anuales, de modo que si lo que se pretende es abarcar un segmento amplio de la población, entrar con un precio relativamente competitivo es básico.

El mejor modo de promocionar el producto español en Turquía, son las ferias comerciales. Siendo un país de naturaleza mercantil durante siglos, continúa siendo en la actualidad punto de encuentro de profesionales del mercado internacional que se dan cita en los numerosos eventos promocionales celebrados a lo largo del año en las ciudades de Estambul, Izmir, Bursa, Ankara y Konya.

En general, los profesionales del sector creen que es un buen momento para que la empresa española se introduzca en el mercado turco, ya que reconocen que la moda española gusta al consumidor final, y de hecho, muchos de ellos admiten que la estrategia seguida por nuestras firmas es un modelo a seguir.

I. INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

Los sectores del textil y de la confección han sido la piedra angular de la economía turca de los últimos años, ya que han jugado un papel esencial en el proceso de industrialización del país y en la orientación internacional de su mercado en las dos últimas décadas.

En la década de los 80, este sector fue líder en la economía del país ya que los ingresos generados por las exportaciones de tejidos y prendas de vestir supusieron una aportación sustancial a la economía turca.

A partir de 1990 continuó siendo uno de los sectores de mayor desarrollo, con una media de crecimiento anual que duplicó al de la economía turca.

En la actualidad el sector de la confección está igualando en importancia al del textil, ya que los empresarios turcos son conscientes de la necesidad de fabricar productos con un valor añadido elevado. Turquía ya no sólo proporciona al mercado mundial materias primas y bienes intermedios como tejidos e hilados, sino que está pujando por una confección de nivel, con creaciones y diseños propios y de forma progresiva con sus propias marcas lo que le permitirá adquirir a corto plazo la imagen de marca país y vender bajo el signo “*made in Turkey*”.

El presente estudio de mercado muestra la situación del sector de la confección textil femenina en Turquía, centrándose en las prendas de vestir exteriores. Las partidas arancelarias que delimitan el estudio se ubican en el Capítulo 62 del arancel que comprende prendas y complementos de vestir excepto los de punto, y son las siguientes:

62.02	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas (excepto los artículos de la partida 6204)
62.04	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos (excepto los de baño), para mujeres o niñas
62.06	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas.

Fte: TARIC

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

La industria de la confección es una de las más importantes de la economía turca, no sólo en términos de producción y empleo, sino también porque es el principal sector exportador del país. Además, impulsa a la industria textil, de la cual obtiene la mayoría de los tejidos necesarios en su proceso productivo, así como a otras industrias conexas como la de acabados y accesorios textiles.

Turquía es también un importador significativo. El total de las importaciones en este sector alcanzó los cuatro mil millones de dólares en 2002. El mayor volumen de estas importaciones lo constituyen las *commodities* (materias primas o mercancías intermedias, tales como fibras, hilados, tejidos, etc.).

Por otra parte, Turquía se encuentra entre los principales importadores de maquinaria textil y de confección, de recambios, repuestos y agentes químicos. Las importaciones de estos productos exceden los 1.700 millones de dólares por año.

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Producción

La industria de la confección en Turquía está dominada por el sector privado. La industria turca del textil se caracteriza por una estructura de producción flexible y adaptable a los cambios de tendencias en la moda. Es una industria que es consciente de la necesidad de crear sus propias colecciones y marcas comerciales. Desde hace unos años, muchos empresarios exportan bajo su propia marca.

En cuanto al nivel de producción, según los últimos datos disponibles del Instituto Turco de Estadística (DIE), el valor de la producción de prendas de vestir en el año 2002 fue de 3.122.257.933 dólares y el valor de las ventas ascendió a 3.084.949.900 dólares en este mismo año, lo que representa un 4,33% sobre el valor de la producción y un 4,45% sobre el valor de las ventas de la industria manufacturera total.

VALOR DE PRODUCCIÓN Y VENTAS (En USD)

	PRODUCCIÓN	VENTAS
Confección de Prendas de Vestir	3.122.257.933	3.084.949.900

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Total Industria Manufacturera	71.968.910.718,79	69.175.845.151,01
Porcentaje de Confección sobre el Total de producción manufacturera	4,33	4,45

Fte: Instituto Turco de estadísticas (DIE). Datos de 2002. (*Tipo de Cambio Aplicado: 1 USD= 1.490.00 TL Fte: Banco Nacional de Turquía, 10-09-2004)

Por lo que respecta al valor añadido que ha ido adquiriendo la industria de la confección en los últimos años, si tomamos como base el año 1997, podemos observar que este índice ha ido incrementándose. En el año 2001 se observa un descenso de tres puntos respecto del año anterior, debido a la crisis económica. Este índice alcanzó su nivel más elevado en los años 2000 y 2002.

ÍNDICE DE PRODUCCIÓN (POR VALOR AÑADIDO)

1997=100

	1998	1999	2000	2001	2002
Producción de prendas de vestir	106.7	102.0	108.7	105.3	108.8

Fte: Instituto Turco de estadísticas (DIE). Datos de 2003

Del total de la capacidad industrial instalada, en el año 2002 se utilizó el 82,5% en la industria textil y un 84, 1% en la industria de confección, lo cual representa un aumento significativo respecto años anteriores.

CAPACIDAD DE UTILIZACIÓN INDUSTRIAL (%)

	1998	1999	2000	2001	2002
Total industria	76.5	72.3	75.9	70.9	75.4
Textil	77.4	73.9	79.4	76.2	82.5
Confección	78.5	75.5	82.7	79.0	84.1

Fte: Instituto Turco de estadísticas (DIE). Datos de 2003

Estos índices reflejan la creciente importancia que este sector ha tenido para la economía del país en los últimos años.

Aspectos relevantes de la producción local

Para analizar los aspectos más relevantes de la producción local de confección femenina podemos centrarnos en los siguientes apartados:

- Materiales y tejidos empleados.
- Centros geográficos de producción
- Tipos de producto

Materiales y tejidos empleados

Turquía es un productor tradicional de algodón y usa esta ventaja en el sector del textil y la confección. Es el primer productor de Europa de algodón y el sexto a nivel mundial, con una capacidad de producción de 800 a 900 mil toneladas y una producción media anual de 700.000 toneladas. De las prendas textiles exportadas por Turquía anualmente, un 80% son de algodón. Con la finalización del

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Proyecto de Irrigación del Sudeste de Anatolia (GAP) se espera que esta producción se duplique en los próximos años.

Asimismo, Turquía es un importante productor de lana y, por tanto, de confección de prendas de punto. De hecho es el tercer productor de mohair (lana de cabra) a nivel mundial, y el octavo productor de lana de oveja.

El lino es otro tejido frecuentemente utilizado en la confección de prendas de vestir femeninas. Es un tejido fresco, cómodo, natural e hipoalergénico y es usado por mujeres de 25 años en adelante y muy particularmente por aquéllas cuya indumentaria es más tradicional y conservadora y que por sus costumbres religiosas y sociales se cubren el cabello.

Por último, Turquía es un potente productor de tejidos sintéticos: viscosa, fibra modal, poliéster, rayón y velour son materiales empleados con frecuencia en la confección textil femenina. La industria de fibras artificiales comenzó en Turquía con la producción de celulosa regenerada en 1938. La mayoría de las materias primas para las fibras sintéticas son de producción local, salvo el acrílico que se importa.

Centros geográficos de producción

Se pueden citar tres tipos:

- Centros regionales de producción
- Zonas industriales
- Zonas francas

Centros regionales de producción

El corazón de la industria de la confección está ubicado en la ciudad de Estambul, concretamente en el distrito de Merter. El resto de productores están localizados en las poblaciones de Izmir, Bursa, Ankara, Adana, Denizli, Gaziantep, Tekirdag y Kahramanmaras.

En algunas áreas rurales de ciudades como Denizli, Mugla y Kastamonu, todavía se mantiene activa la producción de prendas tradicionales, así como de bordados y por supuesto, el textil de hogar y las alfombras.

Zonas industriales

En la región del Egeo existen múltiples zonas industriales: Menemen, Tire, Aliaga, Aydin, Manisa, Bergama y Torbali. Pero la más importante sin duda está situada en Izmir: la Izmir Atatürk Organize Sanayi bölgesi que, inaugurada el 20 de mayo de 1990, ocupa una superficie de siete millones de m². Se encuentra a 20 kilómetros del puerto, a 40 del aeropuerto y a 8 de la aduana. El sector textil es su principal actividad.

Zonas francas

La zona franca del Egeo integra 54 empresas industriales y comerciales de textil y cuero.

La sociedad que se encarga de su administración y explotación, ESBAS, presenta las siguientes ventajas para las empresas que se quieren implantar.

1. Exoneración al 100% de todos sus impuestos
2. Reducción de cerca de un 25% por repercusión al resto de Turquía del coste de la mano de obra que no paga impuestos sobre la renta.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

3. Exoneración de todas las trabas aduaneras.
4. Posibilidad de repatriación de los beneficios.

Tipos de producto

Los tipos de producto fabricados por la industria de confección turca se pueden analizar desde dos puntos de vista:

- Por tipos de prenda
- Productos con marca y sin marca

Según el tipo de prenda

En la siguiente tabla se muestra la producción de los años 2001 y 2002 desagregada por tipos de prendas. Obsérvese que la producción de vestidos disminuyó desde 23,55 millones de unidades a 15,05 entre esos dos años. Se produce, sin embargo, un crecimiento en la producción y venta de trajes y conjuntos de mujer.

Por otra parte, la producción de blusas pasó de 20,81 millones de unidades en 2001 a 24,42 en 2002. La de prendas de abrigo para mujer y niña pasó de 102.851 unidades a 370.802 en el mismo periodo.

PRODUCCIÓN Y VENTAS DE PRENDAS DE VESTIR POR TIPO DE PRENDA. 2001-2002

(En unidades)

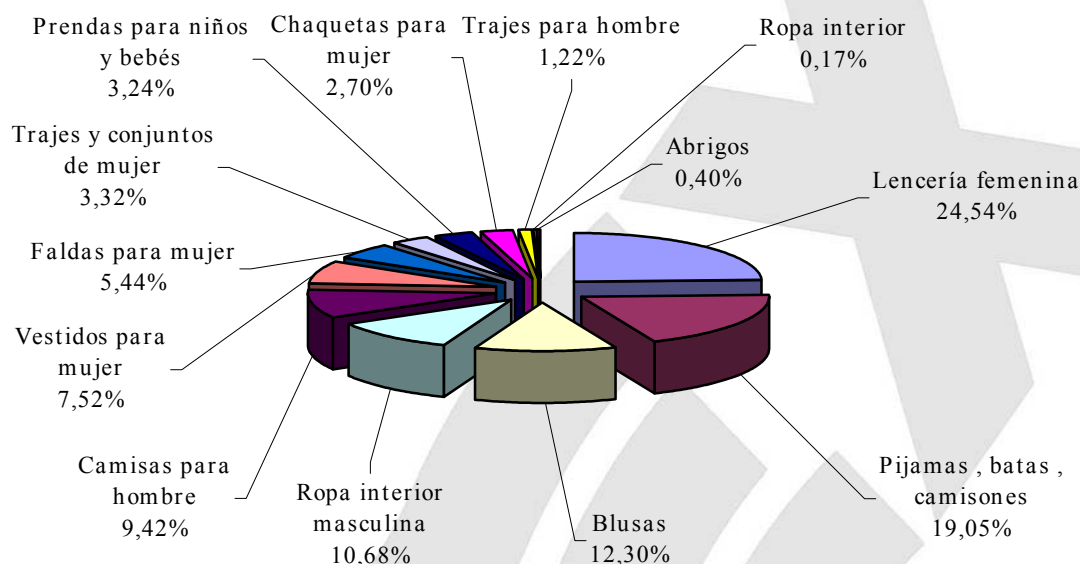
PRENDAS	2001		2002	
	Producción	Ventas	Producción	Ventas
Vestidos para mujer	23.553.831	32.962.518	15.053.676	15.158.167
Faldas para mujer	7.553.400	7.363.260	10.883.681	10.582.143
Blusas	20.807.470	21.206.057	24.628.484	24.422.346
Camisas para hombre	12.396.363	11.782.753	18.847.448	18.759.834
Abrigos para mujeres y niñas	102.851	103.629	370.802	366.875
Abrigos para hombre y niños	300.016	304.020	430.171	383.483
Ropa interior masculina y femenina	120.230	107.813	47.171	46.113
Lencería femenina	29.407.309	29.278.592	49.128.762	47.511.832
Ropa interior masculina	18.233.083	18.887.075	21.371.558	21.748.611
Ropa interior para niños y bebés			294.442	291.666
Pijamas , batas , camisones	29.925.058	29.418.516	38.139.075	38.300.338
Trajes y conjuntos de mujer	5.684.591	6.015.042	6.659.997	6.738.034
Trajes para hombre	1.620.809	1.659.859	2.432.990	2.433.499
Prendas de vestir para niños y bebés	5.118.017	5.312.766	6.487.763	6.667.354
Chaquetas para mujer	3.640.510	3.272.887	5.398.459	5.428.195

Fte: ITKIB Año 2003

Dentro del sector de confección, la lencería femenina es el producto que supone un mayor peso en la producción por volumen, seguido de pijamas, batas y camisones. Sin embargo, la producción que finalmente acaba alcanzando un mayor valor en el mercado tiene una producción menor en cuanto a unidades (trajes y conjuntos para mujer, chaquetas para mujer, trajes para hombres y abrigos).

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN POR TIPOS DE PRENDAS. AÑO 2002



Fte.: Kotonline

Productos con y sin marca

En el ámbito de la industria turca de la confección textil es preciso diferenciar entre aquellos productores que cuentan con marca propia y aquellos que fabrican sin utilizar marca.

- *Productores con marca propia:* proveen prendas de calidad al mercado, con diseños originales, altos estándares y fuerte identificación del producto por parte del consumidor, tanto en el mercado doméstico como en el extranjero. Entre ellos podemos encontrar a KARACA, BEYEMEN, GALS TEXTIL, HEY TEXTIL, VAKKO y MITHAT.
- *Productores sin marca propia:* son los que representan a la mayoría de la industria, no sólo a nivel local, sino también en el exterior.

La necesidad prioritaria del mercado turco de la confección, según los presidentes de las principales asociaciones de confeccionistas de Turquía (ITKIB y TMCA), es crear una marca propia. Podemos mencionar nombres que han llegado a ser marcas importantes en los últimos años sobre todo en el campo del denim: MAVI, RODI, COLINS y RED STAR.

Las asociaciones citadas anteriormente tienen como objetivo a corto plazo crear escuelas privadas de moda.

Sin embargo, son muchas las empresas turcas que no sólo producen sin marca propia, sino que lo hacen para otras marcas extranjeras. Esto tiene la ventaja de que estas empresas se convierten en proveedoras de marcas con renombre internacional, con los beneficios económicos que ello supone. No obstante, existe el peligro de que a medio-largo plazo estas empresas internacionales que llegaron a Turquía

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

buscando unos costes menores se marchen definitivamente a otros países que sigan ofreciendo esa ventaja una vez que Turquía deje de ostentarla.

De este hecho son conscientes los principales protagonistas de la industria de la confección en Turquía. Así, la conocida compañía GALS TEXTIL viene advirtiendo desde hace tiempo que la industria turca debe crear sus propias marcas. GALS TEXTIL trabaja para empresas tan conocidas a nivel mundial como GAP, TOMMY HILFIGER, DEBENHAMS y EL CORTE INGLÉS.

El propietario de MITHAT también comparte estas ideas. Su mayor volumen de ventas, cerca de un 70%, procede de su producción para grandes marcas internacionales como GAP, DONA KARAN, ZARA Y ESPRIT.

En la misma línea se sitúa el representante de ARAT TEXTIL. Ha trabajado para C&A y en la actualidad lo hace para Marks & Spencer, suministrando fundamentalmente cuantiosos pedidos de chaquetas, pantalones, blusas y vestidos.

Otras importantes firmas turcas como IGS, que trabaja para marcas internacionales como ODERMARK, ATELIER TORINO, BUGATTI, EDUARD DRESSLER y MASER HOLDING, que vende 99% de su producción a marcas como KARSTADT, DKNY, POLO RALPH LAUREN o CALIDA, son de la misma opinión.

Comercio exterior:

Turquía es un país claramente exportador dentro del sector de la confección. Atendiendo a los datos de importación y exportación del capítulo 62 del arancel, que incluye las prendas de vestir, excluidas las de punto, se observa un importante saldo positivo a favor de la industria turca. En concreto, en el año 2003 las exportaciones turcas fueron superiores a las importaciones en 3582,56 millones de dólares. Las exportaciones turcas siempre han tenido un comportamiento creciente, y entre 2002 y 2003 se incrementaron en un 18,07 % en términos de valor.

Por su parte, las importaciones, han experimentado unos crecimientos considerables en los últimos dos años. En 2002, el incremento con respecto al año anterior fue del 30,25 % en valor, llegando al 61,34 % en 2003. El año 2001 fue un año de decrecimiento de las importaciones turcas debido a la crisis económica que sufrió el país.

CAPÍTULO 62. PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO (En millones de USD)

	IMPORTACIONES			EXPORTACIONES		
	Valor	% Crec. Kg.	% Crec. Valor	Valor	% Crec Kg.	% Crec. Valor
1999	96,97	-	-	2.413,68	-	-
2000	118,75	57,35 %	22,46 %	2.506,40	14,22 %	3,84 %
2001	113,06	21,50 %	-4,79 %	2.639,43	7,93 %	5,31 %
2002	147,26	43,23 %	30,25 %	3.228,60	15,62 %	22,32 %
2003	229,62	61,34 %	55,93 %	3.812,18	2,79 %	18,07 %

Fuente: Instituto Turco de Estadística (DIE). Año 2003.

Centrándonos en las partidas arancelarias objeto de este estudio (aquéllas que incluyen prendas de vestir exterior femeninas, excepto las de punto), también se observa un saldo positivo a favor de Turquía. Las

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

importaciones en 2003 fueron de 99,37 millones de dólares, mientras que las exportaciones alcanzaron los 2079,71 millones de dólares. Las exportaciones turcas han tenido un crecimiento continuo a lo largo del período 1999-2003, si bien se observan diferencias en la magnitud del crecimiento según se tome como referencia el criterio de valor o de cantidad. En 2003 mientras el crecimiento en cantidad fue del 1 %, el crecimiento en valor alcanzó el 14,38 %. Las exportaciones turcas están aumentando su valor.

La confección femenina supone un importante porcentaje del total de las exportaciones e importaciones de confección turcas incluidas en el capítulo 62. Así, en el año 2003, las importaciones turcas supusieron el 43,28% del total de la partida 62. Por su parte, las exportaciones, alcanzaron 54,55% del total.

TOTAL PRENDAS DE VESTIR EXTERIORES FEMENINAS (EXCEPTO LA DE PUNTO)

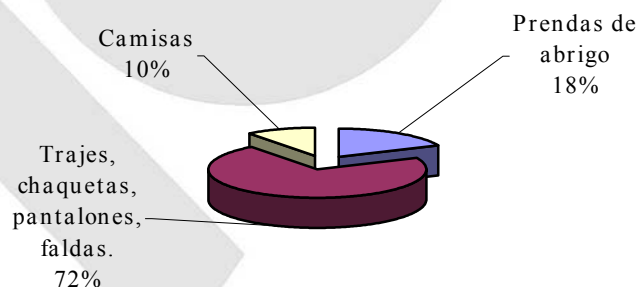
(En millones de USD)

	IMPORTACIONES			EXPORTACIONES		
	Valor	% Crec. Kg.	% Crec. Valor	Valor	% Crec Kg.	% Crec. Valor
1999	36,3	-	-	1.184,41	-	-
2000	45,53	76,47 %	25,43 %	1.279,74	24,73 %	8,05 %
2001	44,18	40,00 %	-2,96 %	1.431,15	16,75 %	11,83 %
2002	61,9	90,48 %	40,11 %	1.818,26	18,35 %	27,05 %
2003	99,37	61,88 %	60,53 %	2.079,71	1,00 %	14,38 %

Fuente: Instituto turco de Estadística (DIE). Año 2003

Desagregando las prendas de vestir exteriores femeninas en los distintos productos que las componen, se observa que la mayor parte, tanto de las importaciones como de las exportaciones turcas, se corresponden con la partida arancelaria 62.04. En concreto, las importaciones turcas de trajes, chaquetas, pantalones y faldas, suponen el 72% del total, mientras que las exportaciones representan el 83 %.

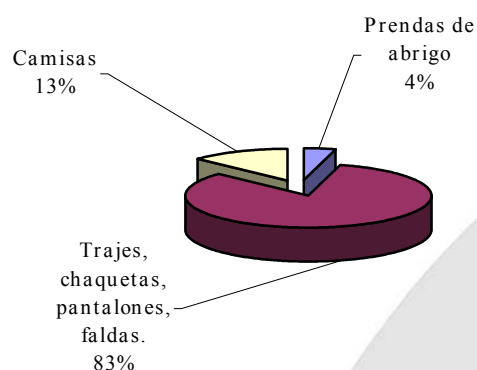
IMPORTACIONES TURCAS DE PRENDAS DE VESTIR EXTERIORES FEMENINAS, EXCEPTO DE PUNTO. PORCENTAJE. AÑO 2003



Fte: DIE, 2004

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

EXPORTACIONES TURCAS DE PRENDAS DE VESTIR EXTERIORES FEMENINAS, EXCEPTO PUNTO. PORCENTAJE. AÑO 2003



Fte: Instituto Turco de Estadística (DIE). Año 2003

Las prendas de abrigo femeninas (62.02) tuvieron unas cifras de importación de 18,18 millones de dólares en 2003 (lo que supuso un incremento con respecto al año anterior de un 42,36%). Por su parte, las exportaciones alcanzaron los 89,20 millones de dólares, produciéndose un incremento en valor del 3,01%, y un descenso en cantidad del 10,41%. Las importaciones turcas de este producto (excepto en el año 2001), han tenido crecimientos importantes debido al bajo nivel de partida, en 1999.

PARTIDA 62.02: ABRIGOS, CHAQUETONES, CAPAS, ANORAKS, CAZADORAS Y ARTÍCULOS SIMILARES PARA MUJERES O NIÑAS (EXCEPTO LOS ARTÍCULOS DE LA PARTIDA 62.04) (En millones de USD)

	IMPORTACIÓN			EXPORTACIÓN		
	Valor	% Crec. Kg	% Crec. Valor	Valor	% Crec Kg.	% Crec. Valor
1999	5,35	-	-	72,07	-	-
2000	7,63	109,09%	42,62 %	61,61	-10,42 %	-14,51 %
2001	6,35	-13,04 %	-16,76 %	78,67	35,22 %	27,69 %
2002	12,77	245,00%	101,10%	86,59	2,79 %	10,07 %
2003	18,18	60,87 %	42,36 %	89,20	-10,41 %	3,01 %

Fuente: DIE.

La partida 62.04 es muy amplia, y recoge, en general, trajes, chaquetas, pantalones y faldas. Las importaciones están alcanzando en los últimos años unos niveles muy superiores a los que había en el año 1999, con una cifra en 2003 de 70,90 millones de dólares. Las exportaciones, por su parte, han conocido un crecimiento medio anual en el período 1999-2002 del 16,76%. El crecimiento en los años 2002 y 2003 fue superior en términos de valor que en cantidades.

PARTIDA 62.04: TRAJES SASTRE, CONJUNTOS, CHAQUETAS, VESTIDOS, FALDAS, FALDAS PANTALÓN, PANTALONES, PANTALONES CON PETO, CALZONES Y PANTALONES CORTOS (EXCEPTO LOS DE BAÑO), PARA MUJERES O NIÑAS (Millones de USD)

IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
---------------	---------------

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

	Valor	% Crec. Kg	% Crec. Valor	Valor	% Crec Kg.	% Crec. Valor
1999	26,68	-	-	930,26	-	-
2000	32,30	68,75 %	21,06 %	1.055,92	30,82 %	13,51 %
2001	31,79	53,09 %	-1,58 %	1.179,66	16,66 %	11,72 %
2002	41,86	79,03 %	31,68 %	1.484,75	17,55 %	25,86 %
2003	70,90	66,67 %	69,37 %	1.721,53	2,26 %	15,95 %

Fuente: DIE.

En la partida 62.06, mientras que la cifra de importaciones en 2003 fue de 10,29 millones de dólares, la de exportaciones se situó en 268,98 millones. Los crecimientos en valor entre 2002 y 2003 fueron del 27,58 % y del 8,93 % para importaciones y exportaciones, respectivamente.

PARTIDA 62.06: BLUSAS, CAMISAS Y BLUSAS CAMISERAS PARA MUJERES Y NIÑAS

(En millones de USD)

	IMPORTACIONES			EXPORTACIONES		
	Valor	% Crec. Kg.	% Crec. Valor	Valor	% Crec Kg.	% Crec. Valor
1999	4,27	-	-	182,08	-	-
2000	5,60	77,76 %	31,15 %	162,21	4,25 %	-10,91 %
2001	6,04	50,00 %	7,86 %	172,82	9,27 %	6,54 %
2002	7,27	20,83 %	20,36 %	246,92	33,68 %	42,88 %
2003	10,29	27,58 %	41,54 %	268,98	-3,56 %	8,93 %

Fuente: DIE.

Por tanto, se observa que Turquía es eminentemente un país exportador de prendas de vestir femeninas. Sin embargo, el crecimiento que están experimentando las importaciones es muy importante debido al bajo nivel inicial en que se encontraban e impulsadas por la mejor situación económica del país en los últimos dos años. Los cambios socio-culturales que paulatinamente va experimentando el país, con una cada vez mayor apertura a las tendencias internacionales de la moda y con la incorporación de la mujer al mundo laboral, también son factores importantes a tener en cuenta a la hora de explicar ese crecimiento de las importaciones en la confección femenina.

Importaciones. Ranking de países proveedores de Turquía

Si se agregan los datos de las partidas 62.02, 62.04 y 62.06, se puede observar que España es, en estos momentos y en términos de valor, el mayor exportador de prendas de vestir femeninas exteriores a Turquía.

En concreto, produce el 19% de las importaciones turcas, seguida de Italia con un 14 % y China con un 12 %. Sin lugar a dudas la fuerza de las marcas y la calidad de las prendas españolas e italianas son la gran ventaja que permiten a estos dos países situarse en esta posición privilegiada. Destaca la presencia en el ranking de los 10 primeros países exportadores de dos zonas francas, la de Mersin y la del Egeo, lo cual demuestra la importancia que tienen estos dos centros industriales en el sector de la confección turca.

PAÍSES EXPORTADORES A TURQUÍA (PRENDAS DE VESTIR FEMENINAS EXTERIORES). 2003



EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Fte: Instituto Turco de estadística (DIE). Año 2003

En cuanto a las importaciones de prendas de abrigo, chaquetas y demás productos comprendidos en la partida 62.02, realizadas por Turquía en el año 2003, podemos observar el considerable porcentaje de importaciones procedentes de China (41,26%) debido a sus precios altamente competitivos. España se encuentra en el tercer puesto, por detrás de su máximo competidor en Europa, Italia. Los diez primeros países concentran el 82,55 % de las importaciones turcas.

IMPORTADORES. RANKING POR PAÍSES AÑO 2003. PARTIDA 6202: ABRIGOS, CHAQUETONES, CAPAS, ANORAKS, CAZADORAS Y ARTICULOS SIMILARES, PARA MUJERES O NIÑAS

	USD	%
China	7.499.081	41,26 %
Italia	1.731.335	9,53 %
España	1.331.908	7,33 %
Bulgaria	925.214	5,09 %
Indonesia	723.541	3,98 %
Francia	678.819	3,73 %
Malasia	586.185	3,23 %
Reino unido	545.315	3,00 %
Rumania	528.960	2,91 %
Vietnam	452.989	2,49 %
Total 10 Primeros	15.003.347	82,55 %
Total Resto	3.172.582	17,45 %
Total General	18.175.929	100,00 %

Fte: Instituto Turco de estadística (DIE). Año 2003

En lo referente a trajes, conjuntos, vestidos, faldas y demás productos de la partida 62.04, España figura como primer proveedor de Turquía, con un valor de exportación de más de 16 millones de dólares, y un 23% con respecto del total general de importaciones.

Los diez primeros países suponen el 76,99 % de las importaciones. En este tipo de prendas, China, el gran competidor en otros tipos, representa un 4,77 % de importaciones en valor. Sin lugar a dudas, el determinante de las importaciones en este tipo de producto es la calidad la moda.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

IMPORTADORES RANKING POR PAÍSES AÑO 2003. PARTIDA 6204: TRAJES SASTRE, CONJUNTOS, CHAQUETAS, VESTIDOS, FALDAS, FALDAS PANTALON, PANTALONES, PANTALONES CON PETO, CALZONES Y PANTALONES CORTOS

	USD	%
España	16.384.331	23,11 %
Italia	10.701.569	15,09 %
Reino unido	6.568.001	9,26 %
Zona franca Egeo	3.857.490	5,44 %
Francia	3.650.096	5,15 %
China	3.385.623	4,77 %
Alemania	3.237.656	4,57 %
Zona franca Mersin	2.850.922	4,02 %
Bulgaria	2.263.594	3,19 %
Grecia	1.691.843	2,39 %
Total 10 Primeros	54.591.125	76,99 %
Total Resto	16.313.727	23,01 %
Total General	70.904.852	100,00 %

Fte: Instituto Turco de estadística (DIE). Año 2003

Por último, en lo que respecta a camisas, blusas y blusas camiseras, España ocupa la tercera posición después de Grecia e Italia. Podemos observar que otros países europeos como Alemania o Reino Unido son proveedores importantes de este producto, así como, por supuesto, China e India. Los diez primeros países suman el 86,61% de las importaciones.

IMPORTACIONES. RANKING POR PAÍSES. AÑO 2003. PARTIDA 62.06: CAMISAS, BLUSAS Y BLUSAS CAMISERAS PARA MUJERES O NIÑAS

	USD	%
Grecia	1.531.887	14,89 %
Italia	1.437.082	13,97 %
España	1.109.015	10,78 %
Reino unido	905.726	8,80 %
Francia	852.848	8,29 %
Alemania	716.409	6,96 %
China	690.084	6,70 %
Bulgaria	660.257	6,42 %
India	648.993	6,31 %
Zona franca Mersin	357.322	3,47 %
Total 10 Primeros	8.909.623	86,61 %
Total Resto	1.377.034	13,39 %
Total General	10.286.657	100,00 %

Fte: Instituto Turco de estadística (DIE). Año 2003

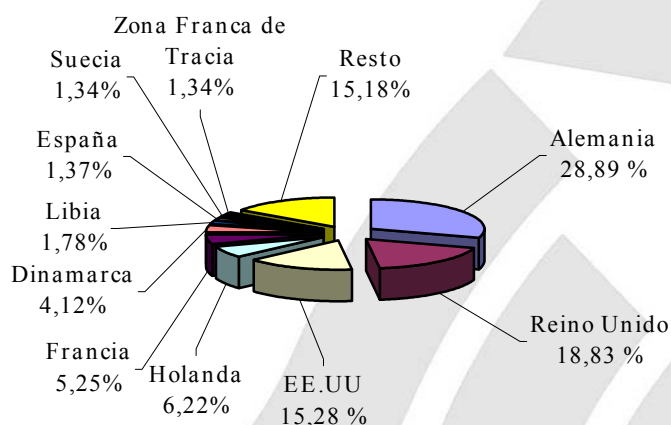
Exportaciones. Ranking de países clientes de Turquía

En cuanto a las exportaciones turcas de prendas de vestir femeninas exteriores (partidas 62.02, 62.04 y 62.06) por países, los principales clientes de Turquía en el año 2003 fueron Alemania (621 millones de dólares y 28,89% del total), Reino Unido (379,09 millones de dólares y 18,83%) y Estados Unidos

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

(317,84 millones de dólares y 15,28%). España ocupa el octavo lugar con un volumen de 28,53 millones de dólares de exportaciones turcas (un 1,37% sobre el total de exportaciones).

EXPORTACIONES DE TURQUÍA POR PAÍSES. PRENDAS DE VESTIR FEMENINAS, EXCEPTO PUNTO. PORCENTAJE. AÑO 2003



Fte: Instituto Turco de estadística (DIE). Año 2003

Como refleja la siguiente tabla, los diez primeros países suponen el 84,82 % del total de exportaciones turcas de estos tipos de prendas, frente a un 15,18% de los demás mercados, lo que representa una importante concentración en un reducido número de clientes. Esto refleja que Turquía ha sido socio comercial constante y de confianza de los principales mercados europeos y de Estados Unidos en las últimas décadas.

EXPORTACIONES. RANKING POR PAÍSES. AÑO 2003. PARTIDAS 62.02. 62.04 Y 62.06: PRENDAS DE VESTIR EXTERIORES FEMENINAS, EXCEPTO PUNTO

PAÍS	USD	%
Alemania	621.522.856	29,89 %
Reino unido	379.090.281	18,23 %
Estados Unidos	317.841.725	15,28 %
Holanda	129.287.030	6,22 %
Francia	103.121.256	5,25 %
Dinamarca	85.769.565	4,12 %
Libia	37.088.799	1,78 %
España	28.530.009	1,37 %
Suecia	27.930.509	1,34 %
Zona franca de Tracia	27.790.911	1,34 %
Total 10 Primeros	1.763.972.941	84,82 %
Total Resto	315.732.805	15,18 %
Total General	2.079.705.746	100,00 %

Fte: Instituto Turco de estadística (DIE). Año 2003

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Principales competidores

Los principales competidores de Turquía en el mercado global son los países asiáticos. Atendiendo a sus cuotas de exportación en los tres mercados principales (Unión Europea, Estados Unidos y Japón) es clara la competencia que China y Hong Kong suponen para Turquía.

PRINCIPALES COMPETIDORES DE TURQUÍA

PAÍS	EXPORTACIÓN (%)	UE	EEUU	JAPÓN
China	18,1	9,4	13,2	74,7
Hong kong	12,2	5,5	7,1	0,5
México	4,4	-	13,6	0,1
Turquía	3,3	6,4	1,7	0,1
India	2,6	2,9	3,1	0,7
Corea del sur	2,5	1,1	3,8	4,8
Indonesia	2,4	2,2	3,4	1,1
Tailandia	2,0	1,3	3,3	1,5
Bangladesh	1,9	2,8	3,4	0,1
Taiwán	1,5	0,7	3,4	0,6

Fte: TGSD. Año 2004

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción: detalles del proceso productivo, evolución y perspectivas

Antecedentes históricos, evolución y desarrollo del sector

La industria textil en Turquía, que comenzó en los años 60 en pequeños talleres, se desarrolló rápidamente y transformó al país en un competidor a nivel mundial.

Turquía, hasta principios de los años ochenta se caracterizó por tener una economía cerrada y proteccionista. Como consecuencia de ello, antes de esta fecha tanto los niveles de producción como de exportación fueron bastante bajos. Así, el total de exportaciones de Turquía en 1980 fue de tres mil millones de dólares, de los cuales el valor correspondiente al sector textil y de la confección alcanzó los 777 millones de dólares.

Sin embargo, desde 1980, con la orientación de la economía turca hacia la exportación y la apertura económica del país, tanto la producción como la exportación se vieron incrementadas. Muestra de ello es que en 2002, el total de las exportaciones alcanzó los 35 mil millones de dólares, de los que la industria del textil y de la confección supuso 12 mil millones de dólares.

Además de este aumento cuantitativo también se produjo un cambio cualitativo, ya que en los primeros años de política económica orientada a la exportación, la mayoría de los productos textiles exportados eran materias primas o bienes intermedios como fibras e hilados.

En 1980, el porcentaje de distribución de las exportaciones entre la industria textil y de la confección fue respectivamente 87% y 13%.

Pero desde entonces la cuota de confección ha aumentado, alcanzando en 2002 un 74% del total de exportaciones dentro del campo del textil. Es decir, en 22 años, la industria ha crecido rápidamente y ha

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

pasado de las materias primas o bienes intermedios con escaso valor añadido a las prendas confeccionadas con un valor añadido mucho más elevado.

Causas del Desarrollo del Sector

Entre las causas que han contribuido a este crecimiento, podemos destacar como más significativas las siguientes:

- Los bajos costes laborales
- La existencia de una mano de obra abundante y cualificada.
- La gran riqueza de materias primas que posee Turquía relativamente económicas: no son tan baratas como las procedentes de China o India pero sí más asequibles que en otros países y abundantes, destacando entre ellas el algodón y la lana. Los cultivos de algodón se han desarrollado aún más con la puesta en marcha del Proyecto de Irrigación del Sudeste de Anatolia (GAP)
- La progresiva liberalización de la economía turca en las últimas décadas.
- El Acuerdo de Unión Aduanera con la UE en 1996.

El volumen de producción textil fue de 260.000 t. en 1998 y el volumen de producción de confección textil se estimó en 223.000 t. en 1999, y en 243.000 t. en el año 2000.

Dimensión del Sector

El número total de empresas en el sector es de 44.000. El 95% de ellas pertenece al sector privado y una cuarta son exportadoras activas.

La industria de la confección está constituida fundamentalmente por PYMES (un 80% sobre el total de empresas) mientras que la producción intensiva a gran escala en manos de grandes empresas constituye el 20 % restante.

En la actualidad, un 20% de las 500 grandes empresas turcas está involucrado en los sectores del textil y la confección.

Localización

La industria de la confección en Turquía se concentra sobre todo en Estambul, concretamente en el distrito de Merter, en Bursa y en la Región del Egeo. De estas regiones proceden las empresas más importantes del sector y las marcas locales de más renombre.

Recursos Humanos

Este sector da empleo a unos cuatro millones de personas. Genera unos 2.5 millones de empleos directos y más de 1.5 millones indirectos. Sin embargo, las estadísticas oficiales sólo recogen a 500,000 empleados aproximadamente. Esto se debe a la mano de obra no registrada.

Tecnología

La producción de maquinaria textil se concentra en las ciudades de Estambul, Bursa, Izmir, Denizli, Adana y Gaziantep. Los principales productores locales son MCN, Malkan y Alba, que son fabricantes de planchas industriales y prensas de tejidos.

Turquía cuenta con buenos ingenieros industriales y es habitual copiar modelos desarrollados por marcas extranjeras, inexistentes entre los productores locales, y a partir de la copia desarrollar modelos propios.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Generalmente es preciso importar máquinas de coser industriales y maquinaria de confección de acabados, debido a la ausencia de productores locales. Aunque en los últimos años este sector se está desarrollando y, las empresas de confección muestran preferencia por la maquinaria local, ya que el coste es menor.

Por lo general, la producción local de maquinaria es escasa y su grado de tecnificación bajo. De ahí que la mayoría del mercado esté compuesto por firmas extranjeras.

Los mayores importadores y sus principales mercados de importación son:

IMPORTACIÓN DE MAQUINARIA TEXTIL

Importador	Origen de la importación
Cihan Makina	Alemania, Italia
Tetaş Tekstil Mak.	Italia, Japón
Atakan	Alemania
Astaş	Alemania, Japón
Uğur	Japón

Desde que aproximadamente unos 5.000 talleres pequeños cerraran durante la crisis del año 98, la tendencia en la confección de prendas ha cambiado hacia líneas de producción más profesionalizadas, llevadas a cabo por grandes factorías y con equipos tecnológicamente avanzados para mejorar su productividad y calidad, así como para reducir los costes de producción. De ahí que en estos momentos exista una demanda creciente de modelos electrónicos de maquinaria.

La tendencia en el sector es conseguir cadenas de producción totalmente integradas, donde las prendas se desplacen automáticamente por el taller hasta su completo montaje y que también las expediciones de productos acabados se puedan preparar de forma automatizada. Se están vendiendo paquetes de software para las secciones de corte, extendido de tejidos y diseño. Recientemente uno de los distribuidores más importantes (Astaş) ha creado una división que se ocupa de los sistemas CAD /CAM/ CIM para ofrecer soluciones integradas a todo tipo de empresas con independencia del tamaño de la cadena de producción, si bien es verdad que este tipo de sistemas es demandado fundamentalmente por grandes firmas turcas o bien por productores que dedican la mayoría de sus manufacturas a los mercados exteriores. Los talleres más pequeños no tienen necesidad de sistemas tan complejos.

Para algunos productores es bastante difícil renovar completamente su cadena de producción y actualizar el software que la integra, puesto que supone una inversión cuantiosa, de modo que empiezan con lo que es más urgente y esencial para la producción. La financiación de las compras es un tema delicado. Los productores de maquinaria suelen ser bastante flexibles con los términos de la financiación, ofreciendo todo tipo de facilidades (adquisiciones a través de leasing, financiación garantizada a través de banco por periodos de hasta 2 años...)

En estos momentos el Gobierno turco está apoyando a la industria local, facilitando préstamos y subvenciones a todas aquellas empresas que efectúen inversiones en tecnología en determinadas áreas donde se desea fomentar el empleo y la industrialización, como es el sudeste del país.

Capacidad Productiva

Las empresas que destinan parte de su producción a la exportación suelen exportar aproximadamente un 60% de lo que producen.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Recientemente se ha invertido para incrementar la capacidad productiva sobre todo en la producción de poliéster.

Participación del Sector en la Economía

El sector tiene un gran importancia en el desarrollo de la economía con una participación en la producción industrial de cerca del 40% (18,7 % de producción industrial y un 20% de la producción industrial manufacturera total), en los recursos humanos del 30% y un 35% de las exportaciones.

El sector textil y de la confección aporta más de 20 mil millones de dólares al PNB y un 10,6 % del PIB.

Los ingresos de este sector proceden sobre todo de las exportaciones, que vienen constituyendo entre un 33% y un 39% en el total de las exportaciones desde 1990.

PARTICIPACIÓN DEL SECTOR EN LA ECONOMÍA

PRODUCCIÓN INDUSTRIAL	38,7%
EXPORTACIONES	35%
RECURSOS HUMANOS	30%
PIB	10,6%

Competitividad del Sector

En este apartado analizaremos los siguientes aspectos de la confección en Turquía:

- a) ventajas y fortalezas
- b) debilidades
- c) oportunidades
- d) amenazas
- e) atributos del producto turco y grado de diferenciación del mismo
- f) ventajas competitivas del producto español

a) ventajas y fortalezas del sector

- *Abundancia de materias primas:* Turquía destaca por la riqueza de materias primas, concretamente de algodón, lana, seda y fibras sintéticas.
- *Mano de obra:* Turquía cuenta con una mano de obra muy joven, numerosa y cualificada.
- *Cualificación:* Las organizaciones gubernamentales y no-gubernamentales han dado gran importancia a la educación. Además de las escuelas públicas, ha habido muchas iniciativas privadas y no gubernamentales. Una de las más importantes ha sido la creación de ITKIB (Asociación de exportadores de Textil y Confección de Estambul). ITKIB ha estado contribuyendo a la formación vocacional organizando cursos y seminarios así como prácticas en empresas para los jóvenes.

En Turquía existen suficientes centros, cursos y prácticas para formar a futuros trabajadores el sector textil y de la confección:

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

- 28 facultades de ingeniería textil.
- 26 centros de formación profesional textil.
- 5 centros de formación profesional de confección.
- 9 centros de formación de moda.
- 181 institutos de enseñanza secundaria relacionados con el textil, confección y prendas.

- *Situación Estratégica:* Turquía goza de una situación estratégica y destaca por su proximidad a los principales mercados. Así, los envíos pueden ser entregados en el plazo de 6-11 días a destinos europeos por transporte terrestre. Alcanzar la costa oeste europea lleva 10-11 días, por transporte marítimo regular. Los primeros pedidos pueden ser entregados en el plazo de 6 semanas; los pedidos subsiguientes y repetidos en 3 semanas por carretera.
- *Flexibilidad de las plantas de producción:* El empresario turco es consciente de la globalización. Tiene capacidad para trasladar la producción a regiones o países donde las condiciones sean más adecuadas. Los países de Europa Central y del Este y las repúblicas de Asia Central están entre las regiones a las que los empresarios turcos pueden desplazarse fácilmente.
- *Industria de bienes intermedios y finales muy desarrollada:* La existencia de la industria final de confección es el lógico complemento para la industria textil básica desarrollada en Turquía.

La importancia de la producción de accesorios para la industria de la confección no puede ser ignorada. Aunque el valor de producción de estos accesorios es bastante pequeño, el valor añadido que crean se estima entre el 10% y el 25%. Los accesorios tales como cremalleras, botones, etiquetas, perchas, material acolchado, forros y entretelas son producidos en Turquía por una cualificada sub-industria.

- Otras ventajas competitivas:
 - La calidad de los productos y el servicio de confianza con un trato muy cercano y personal.
 - Cumplimiento de las prácticas laborales internacionales.
 - Capacidad de diseño.

b) debilidades del sector

- El bajo nivel de capital afecta negativamente a la industria. Los altos tipos de interés existentes y la dificultad de obtener financiación a largo plazo provocan que la financiación bancaria sea escasa, de forma que los bancos apenas conceden créditos a la inversión. Las más afectadas son las pequeñas y medianas empresas que son la mayoría de las que conforman el tejido empresarial en la confección turca y que son las que con menos alternativas de financiación cuentan.
- Escasez de energía. Los costes de las empresas (electricidad, agua, etc.) son más elevados que en otros países).
- La cualificación es menor en las empresas más pequeñas.

c) oportunidades

- Las empresas turcas deben centrarse en crear productos con mayor valor añadido, para seguir siendo competitivas. Sería recomendable crear una marca propia que les permita diferenciarse

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

de sus competidores, para lo que también es necesario incrementar la inversión en promoción y marketing. Aparte de la marca propia de las empresas, la industria en conjunto debe luchar por conseguir a nivel internacional una marca-país que identifique a los productos turcos y que ayude a una más fácil penetración de estas empresas en los mercados exteriores.

- Debe mejorarse la capacidad de administración, la coordinación logística y tratar de obtener certificaciones de calidad de producción o medioambientales con las que acercarse a los estándares europeos.
- Crear conjuntamente centros de innovación y de I+D, aunando las fuerzas de las organizaciones de las diversas industrias relacionadas con la confección e, incluso, con otro tipo de instituciones como las universidades. El objetivo es mejorar el proceso productivo, incorporando nuevas tecnologías que permitan diversificar los factores sobre los que recae la eficiencia de las empresas.

d) amenazas

- Los nuevos competidores de Asia y países en vías de desarrollo constituyen una amenaza para la industria de confección turca en la medida en que introducen en los mercados (turco e internacional) productos con precios muy competitivos.
- Las altas tasas de inflación que continúan afectando al sector.
- Tanto en el mercado doméstico como en el global, los pequeños productores sin marca sufren el peligro de convertirse en cada vez menos competitivos.

e) atributos del producto y grado de diferenciación del mismo

Las prendas de vestir en Turquía, se caracterizan por ser similares a las de cualquier país europeo. Además, debemos señalar la durabilidad y calidad de sus tejidos, la relación calidad precio equilibrada, así como la rápida respuesta a los cambios de tendencia

La industria de la confección es hoy en día capaz de producir todo tipo de estilos, diseño y moda para todos los mercados. Tiene una producción diversificada en todos sus subsectores. Produce y exporta todo tipo de hilados, tejidos, prendas de vestir, textil hogar, alfombras y accesorios textiles.

Mientras en el pasado los exportadores fabricaban las prendas según los modelos, estilos e incluso materiales proporcionados por sus clientes, en la actualidad los exportadores realizan sus propias creaciones y casi todos los materiales empleados proceden del mercado doméstico.

f) ventajas competitivas del producto español

Según las principales empresas de confección textil entrevistadas en las ferias comerciales ITSE 2004 y HAZIR GIYIM 2004, celebradas en Estambul, el producto español, tiene una imagen muy positiva. Los profesionales turcos del sector conocen bien el textil y las empresas españolas y les gusta su estilo, la moda que ofrecen y sobre todo admiran el éxito de la estrategia seguida por las empresas presentes y ya consolidadas en Turquía.

La mayoría de las empresas han contactado o han tenido relaciones comerciales con las firmas españolas más importantes, y afirman que su objetivo es seguir la filosofía y estrategia de estas grandes firmas, ya que es lo que demanda la población turca. Aconsejan penetrar en el mercado con una marca y con producto de calidad a la moda y con capacidad de adaptación a los rápidos cambios de las tendencias. La imagen y marca-país españolas constituyen una gran ventaja a la hora de introducirse en el mercado.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Perspectivas de Evolución

Según lo expuesto anteriormente podemos concluir que Turquía tiene un gran potencial y posibilidades de ser un centro clave de producción y exportación a nivel mundial debido a su autosuficiencia relativa en materias primas, su poderosa infraestructura textil, su diversificación progresiva en la gama de productos, su situación estratégica única que le permite asumir los plazos de entrega con eficacia, su proximidad a los principales mercados, como Rusia y la UE, de los que Turquía ha sido desde siempre un socio comercial de confianza, sus costes laborales relativamente bajos y su fuerza de trabajo cualificada y con experiencia.

Estos factores unidos a una normativa de intercambio internacional liberalizada han potenciado un sector textil y de la confección fuerte en Turquía.

Sin embargo, es difícil conservar la posición competitiva en el mercado debido a los nuevos productores emergentes. Por ello, los fabricantes están orientando sus operaciones a productos de valor añadido y creación de marcas.

La Asociación Turca de Fabricantes de Prendas de Vestir (TGSD), ha elaborado el proyecto TURQUÍA, HORIZONTE 2010. Plantea una serie de objetivos y recomendaciones para que, dentro del nuevo marco global que se creará a partir del 1 de enero de 2005 con la eliminación de todas las cuotas comerciales por parte de la OMC, la industria turca de la confección mantenga su competitividad en el nuevo entorno comercial

Los objetivos fijados por la TGSD para este nuevo período son los siguientes:

OBJETIVOS PARA EL PERIODO 2005-2010

(En miles de millones de USD)

Total Volumen de Producción	67,5
Exportaciones	34,8
Volumen Mercado Local	32,7

Fte: TGSD, 2004

Para que estas perspectivas se cumplan es preciso seguir las siguientes recomendaciones que el TGSD establece en su proyecto HORIZONTE 2010:

- Disminuir el porcentaje de producción a base de subcontratación.
- Minimizar la cuota de producto básico y/o estándar.
- Vender productos de moda destinados a una clase media-alta bajo marcas regionales.
- Incremento de la capacidad productiva acorde con el aumento de objetivos de exportación.
- Incrementar la calidad de la producción de las materias primas y productos intermedios utilizados en la industria final de confección. Un ejemplo podía consistir en la mejora de la calidad del algodón, a lo que sin duda contribuirá el Proyecto de Irrigación del Sudeste de Anatolia (GAP)
- Flexibilizar los métodos de producción.
- Exportar bajo los signos *Made in Turkey* y *Turquality*

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

- Formar “clústers” de la industria de la confección, es decir, zonas industriales de producción en la que no sólo se concentren los propios productores de confección final, sino todos aquellos fabricantes de productos intermedios y auxiliares. Esto redundaría en unos menores costes de transporte y una comunicación más directa. El resultado final sería una mayor flexibilidad en la producción y unos menores costes logísticos.

2.2. Obstáculos Comerciales

Normas técnicas de fabricación y homologación

La normativa de Turquía se adapta a la europea y Turquía ha emprendido la adopción de la legislación técnica de la UE en los siguientes campos:

- Aproximación a las normas relativas a los nombres textiles. (Directiva del Consejo 71/307/EEC).
- Aproximación a las normas relativas a determinados métodos para el análisis cuantitativo de las mezclas de fibras textiles binarias (Directiva del Consejo 73/44EEC)
- Aproximación a las normas relativas a las mezclas de fibras textiles terciarias. (Directiva del Consejo 73/44/EEC)

Por lo que respecta a las homologaciones, en Turquía hay 16.000 estándares desarrollados con la cooperación de distintos organismos oficiales, entre ellos T.S.E. (Instituto Turco de Estandarización) y ciertas organizaciones profesionales, de consumidores y científicas.

Los estándares turcos se denominan con el acrónimo TS. De estos 16.000 estándares, hay 1.100 que son preceptivos para la introducción y venta en el país y que afectan a sesenta productos, fundamentalmente a bienes industriales, químicos y farmacéuticos. En principio la importación de prendas confeccionadas a Turquía no está sometida de forma preceptiva a este requisito y el producto se despacha libremente en la aduana, a menos que esté sometido a otros controles, como los de los ministerios de Sanidad, Agricultura o Medio Ambiente.

Requisitos medioambientales del producto

En Turquía la mayoría de las empresas de textil, confección y química textil poseen certificados ISO 9001 o ISO 9002.

El uso de aminas Azo Dyes, que pueden causar dermatitis alérgica de contacto e incluso cáncer ha sido prohibido desde 1995.

Existen 12 laboratorios bien equipados e independientes capacitados para realizar todo tipo de pruebas.

Las empresas están ajustándose a la normativa europea adoptando los estándares medioambientales y el etiquetado ECO para mantener su competitividad en el mercado.

Régimen comercial y fiscal

El Acuerdo de Unión Aduanera firmado entre Turquía y la UE en 1995 y vigente desde enero de 1996, supuso la abolición de las cargas de importación de los bienes industriales. Asimismo, la importación de bienes industriales de terceros países, incluido Estados Unidos empezó a armonizarse con el Arancel Común de la Unión Europea de forma gradual.

A raíz de este acuerdo, en un primer momento, la media de los impuestos de aduana para productos industriales se redujo del 16% al 5,4 % y la de los productos textiles y prendas de vestir se redujo de un

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

27% a un 6%. Como consecuencia, Turquía hizo frente a un incremento de importaciones, lo que benefició a los países que negociaban con Turquía y a un aumento de las importaciones de Asia de los productos de bajo precio. Así, la cuota de importaciones de tejidos de Asia ascendió de un 53% en 1998 a un 67% en el año 2000.

Desde 1996 los trámites aduaneros se han simplificado y se basan en un modelo similar al comunitario.

Además del Acuerdo de Unión Aduanera con la UE, Turquía ha firmado Acuerdos de Libre Comercio con los siguientes países: Israel, República Checa, Eslovenia, Rumanía, EFTA, Letonia, Lituania, Eslovaquia, Macedonia, Hungría, Bulgaria, Bosnia-Herzegovina, Estonia, Polonia y Croacia (fuente: Informe ITKIB 2004)

Estos acuerdos permiten que los productos textiles y prendas de vestir circulen sin ningún tipo de impuesto de aduana ni restricción.

Requisitos para exportar a Turquía

La documentación necesaria para realizar exportaciones a Turquía es la siguiente:

A) FACTURA COMERCIAL: el importador puede exigir que vaya visada por el Consulado, en cuyo caso ha de hacerse sucesivamente por la Cámara de Comercio que corresponda, por el Consejo Superior de Cámaras y por el Consulado de Turquía.

B) CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS (ATR)

Según el acuerdo suscrito entre la UE y Turquía, es preciso que los productos vayan acompañados de este documento para beneficiarse de la reducción o supresión de derechos arancelarios. Se utiliza si el transporte es directo y debe ir visado por la aduana.

C) VISADO CONSULAR

Es el Consulado de Turquía en España el encargado de expedirlo. (*Ver datos de contacto en Anexo VIII: Direcciones útiles*)

D) CUADERNO ATA

Con este documento, expedido por la Cámara de Comercio correspondiente, la empresa española se ahorra trámites y depósitos de garantía en las aduanas de los países firmantes del Convenio ATA, entre los que se encuentra Turquía.

E) LOS DOCUMENTOS QUE CORRESPONDAN SEGÚN EL TIPO DE TRANSPORTE A UTILIZAR.

Legalización de contratos comerciales en Turquía

Cuando la relación va más allá de un simple intercambio comercial como en el caso de un contrato de representación será necesaria la firma del contrato ante notario. Es posible consultar la página web de la Unión de Notarías de Turquía: www.noterlerbirligi.org.tr. El contrato debe de ir firmado tanto en turco como en inglés o castellano y la traducción debe de ser realizada por un traductor jurado y legalizada por la propia notaría. Por último, se puede agregar al mismo la "Apostilla de la Haya", que certificará la validez en Turquía de este documento (esta certificación es otorgada por los países firmantes del Convenio de La Haya, dando así validez y cobertura jurídica a los contratos en los que alguna de las partes no es residente de ese país). Esta certificación puede obtenerse por un coste simbólico en la Oficina de Gobernación de ANKARA / TURQUÍA y de Estambul, Departamento Jurídico, cuyos datos son:

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

ANKARA /TURQUÍA VALILIGI (Gobernación de Ankara)

Hukuk Bürosu. (Dpto. Jurídico)

Ulus. ANKARA

Tel: (0090 312) 311 88 16

ISTANBUL / TURQUÍA VALILIGI (Gobernación de Estambul)

Hukuk Isleri Müdürlüğü (Dirección de Asuntos Jurídicos)

Cagaloglu- ESTAMBUL Tel: (0090 212) 514 17 50

Fax:(0090 212) 520 70 66

Transporte

En lo referente al transporte terrestre, cabe destacar la adopción del Acuerdo de Transporte por Carretera en 1998, que permitió la eliminación de una autorización especial para la entrada de camiones españoles.

Sin embargo, en este sentido es importante mencionar la entrada en vigor de la Ley 4925 de julio de 2003 de Transporte por Carretera y la inminente entrada en vigor de su Reglamento del 25 de febrero de 2004, que afectan tanto a transitarios turcos como a extranjeros, ya que impone solicitud de permisos de alto coste y otra serie de trámites que pueden obstaculizar el transporte de mercancías por medio de camiones.

(Ver en Anexo VIII : Direcciones de Interés, las coordenadas de ÜTIKAD-Asociación de Transitarios y Logística de Turquía).

Ayudas públicas

El sector de la confección y textil del algodón ha estado recibiendo incentivos que suman un 10% del total de incentivos dados por el gobierno en el año 2001.

Los incentivos son adecuados a proyectos que reducen la desigualdad entre regiones, expanden la propiedad del capital, crean empleo, hacen uso de tecnología avanzada y aumentan la competitividad.

Estos incentivos se presentan principalmente en las siguientes formas:

- Permisos para inversión.
- Exención de diversos impuestos, incluyendo tasas de aduanas, tasas e IVA en la compra de maquinaria y equipamiento.
- Créditos del fondo de inversiones.

Perspectivas de Evolución de la Accesibilidad

Turquía está adaptando progresivamente su normativa técnica y legal a la europea en todos sus aspectos, en su esfuerzo por obtener la adhesión a la UE. El posible comienzo de las negociaciones para una adhesión futura del país a la UE, en diciembre del año 2004, será un marco óptimo para la continuidad de una relación comercial entre Turquía y Europa libre de todo tipo de barreras.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1.1. Formas de distribución más comunes en Turquía

La distribución en Turquía está sometiéndose a cambios de estructura y organización muy importantes en los últimos años. Se está pasando de una distribución tradicional, basada en el comercio de proximidad, con comercios de poca superficie atendidos por miembros de la familia del propietario, a una distribución organizada en base a cadenas de tiendas, grandes almacenes, y centros comerciales como KIPA, CARREFOUR, EGS y MIGROS.

Sin embargo, a pesar del auge de esta forma moderna de distribución, la distribución tradicional a través de tiendas de barrio es todavía mayoritaria en Turquía.

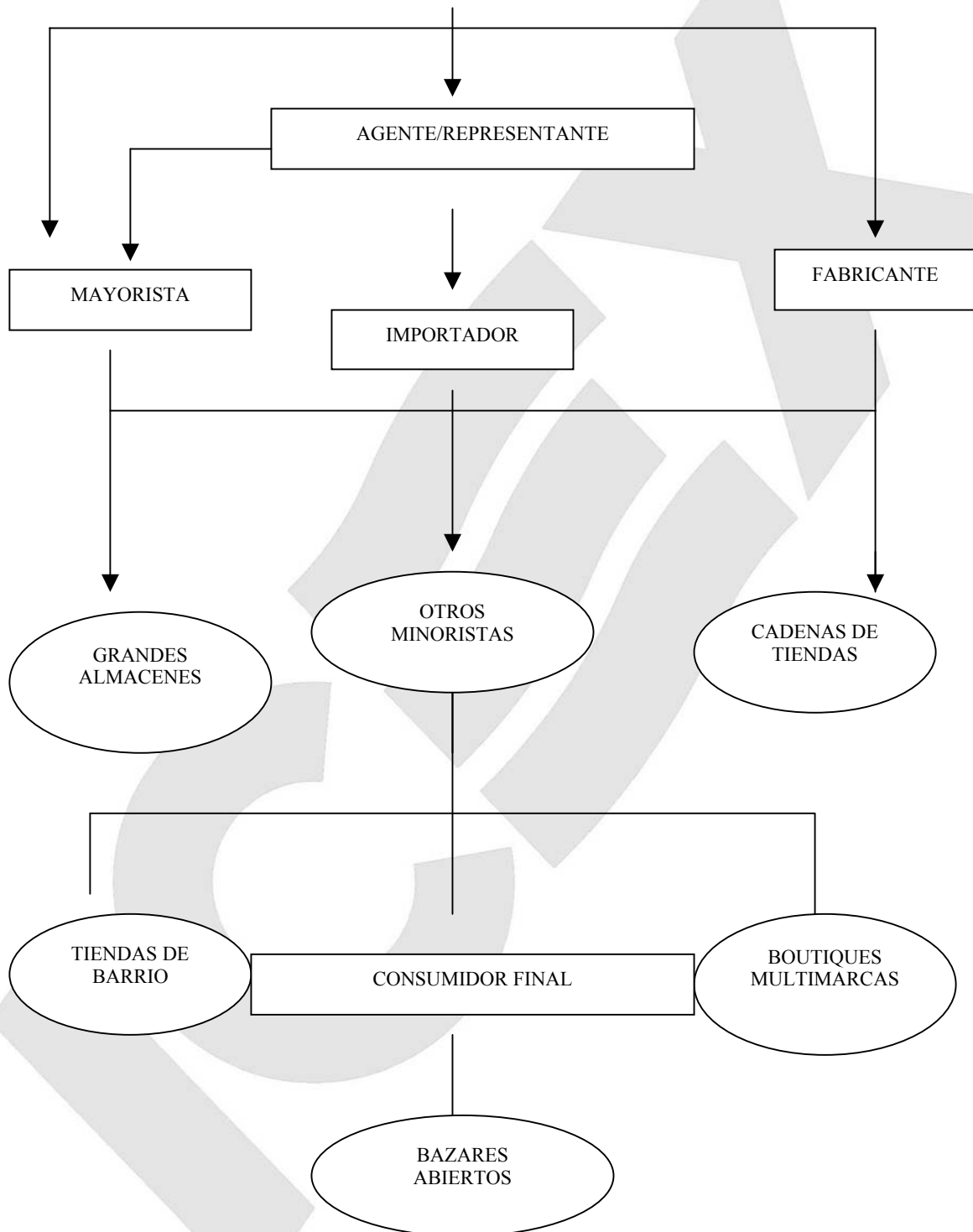
En la gama media-alta la distribución se efectúa generalmente mediante franquicias, cadenas de tiendas o boutiques multi-marcas en los barrios elegantes como ALSANCAK en Izmir.

En la gama media, el sistema de franquicia es el más usado.

En la gama media-baja, además de las mencionadas tiendas tradicionales, grandes almacenes y venta de prendas en hipermercados, Turquía se caracteriza por la existencia de un elevado número de bazares abiertos y cubiertos donde se venden prendas de vestir entre multitud de productos diversos. El sistema de los locales de los bazares cubiertos es semejante al de las tiendas de barrio. El de los bazares abiertos, es semejante al de los mercados semanales de cualquier ciudad española, con la diferencia de que aquí se celebran diariamente, ya que es una forma de venta muy arraigada en este país.

1.2. Esquema de las distintas formas de distribución

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA



EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

1.3. Distribución de productos importados

La elección del importador, distribuidor o representante adecuado para el producto será una garantía de éxito al iniciar la actividad comercial en Turquía. Para ello es importante prestar atención a la especialización de nuestro interlocutor y a los años de experiencia en el sector, ya que frecuentemente las empresas se dedican a diversas actividades a pesar de su escaso tamaño y se cambia con frecuencia de sector de actividad, algo poco aconsejable si queremos entablar una relación a largo plazo.

Es recomendable validar ante notario cualquier contrato de representación o distribución y reforzarlo con la Apostilla de la Haya. Habrá que tener especial cuidado con las formas de pago y las garantías. No existe una legislación específica sobre la representación comercial o los agentes comerciales o importadores. Los contratos de agencia en Turquía son contratos privados entre dos partes y las estipulaciones varían según mutuo consentimiento. De forma subsidiaria, será aplicable el Código de Comercio. No hay tarifas de comisión fijadas por ley.

Es aconsejable dejar claro en los contratos de representación la cuestión de la exclusividad, y prever las condiciones o compensaciones en caso de que el representante, distribuidor o importador deje de trabajar para nuestra empresa, para evitar conflictos en el momento de romper la relación.

La distribución de productos extranjeros en Turquía se realiza sobre todo a partir de agentes de los proveedores extranjeros o a través de distribuidores.

Dependiendo de la localización del consumidor final, muchos distribuidores tienen una red a través del país o en áreas donde el producto es más utilizado.

Por otra parte, los agentes comisionistas visitan periódicamente a los clientes turcos para mantener un fuerte contacto personal, una herramienta muy importante en el mercado turco.

1.4. Canal más adecuado para la empresa española

A menos que la empresa sea lo suficientemente grande para garantizar la apertura de una oficina en el país, el modo más efectivo de vender en Turquía es a través de un representante cualificado y de confianza.

Es preciso elegir bien al agente. Conviene que posea una mentalidad similar a la española. Los agentes turcos están acostumbrados a tratar con empresas alemanas y estadounidenses, que realizan pedidos de gran tamaño, y a veces son reticentes a intermediar los pedidos pequeños con los que puede intentar comenzar una empresa mediana española.

2. MEDIOS DE PROMOCIÓN

Por lo que respecta al sector tratado en este estudio, existen varios mecanismos que pueden resultar efectivos a la hora de su promoción en Turquía. Hay que tener en cuenta que lo primero que hay que hacer es ofrecer una imagen de la moda española como una moda de calidad, diseño y vanguardia, imagen de la que ya gozan países como Italia y Francia, y que España también está consiguiendo.

Podemos citar entre las vías de promoción más efectivas en Turquía las siguientes:

- Ferias comerciales
- Anuncios en revistas especializadas en el sector
- Anuncios en otros medios de comunicación: internet, televisión y prensa

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

- Envío de catálogos a empresas
- Invitaciones
- Cámaras de comercio e industria y asociaciones sectoriales

FERIAS COMERCIALES

Especialmente en las grandes ciudades de Turquía, los eventos comerciales de carácter internacional como ferias, exhibiciones y seminarios, se celebran con asiduidad a lo largo del año y son el método más común de promoción. La asistencia a los mismos permite al empresario español mostrar directamente su producto.

Estas ferias constituyen además un punto de encuentro entre profesionales del sector, y una oportunidad de constatar cuáles son los principales competidores de España en Turquía, ya que suelen darse cita en este tipo de acontecimientos.

Los catálogos de este tipo de eventos sirven como fuente de información acerca de categorías concretas de productos.

En Turquía se celebran una media de 70 ferias internacionales a lo largo del año, varias de ellas centradas en el sector textil, confección y moda. (*Ver anexos V y VI Ferias del sector*).

ANUNCIOS EN REVISTAS ESPECIALIZADAS EN EL SECTOR

Esta opción es interesante ya que estas revistas van dirigidas a segmentos muy concretos, especializados y profesionales (*En el anexo VII figuran los datos de contacto de diversas publicaciones de los sectores textil y de la confección*).

ANUNCIOS EN OTROS MEDIOS: INTERNET, TELEVISIÓN Y PRENSA

El periódico comercial y económico más divulgado en Turquía es DUNYA. Incluso existen publicaciones en inglés: TURKISH DAILY NEWS o TURKISH PRESS.

ENVÍO DE CATÁLOGOS A EMPRESAS

El objetivo es que las empresas turcas tengan conocimiento de la oferta española y de sus últimas tendencias para que a medida que conozcan el producto español y su calidad, se decanten por él. Cabe señalar que el empresario turco valora mucho la presentación y el aspecto del catálogo de la empresa, en ocasiones, más que su página web.

INVITACIONES

Otra posibilidad de promoción es a través de invitaciones a los empresarios turcos y otros profesionales del sector a visitar las propias empresas, o a eventos celebrados en España, tales como la Semana Internacional de la Moda, pasarelas, etc.

CÁMARAS DE COMERCIO E INDUSTRIA Y ASOCIACIONES SECTORIALES

Las Cámaras de Comercio e Industria, las diversas asociaciones del sector, así como la colaboración de la Oficinas Comerciales Españolas presentes en el país, sirven también como canales de promoción y publicidad.

3. PRECIOS

Para introducir los productos en el mercado turco, los precios han de ser relativamente competitivos, ya que Turquía posee una moneda con tendencia a la depreciación y desde la adopción del euro una parte del mercado ha pasado de importar de países europeos a hacerlo de países con precios mucho más bajos, como son China e India.

Sin embargo, según muchos empresarios de “pronto moda”, el precio ya no es una variable totalmente determinante en la elección del consumidor, y va unida a otros factores como la moda y la marca, lo que permite cierto margen de maniobra al alza en los precios a empresas como las españolas que precisamente juegan con esos conceptos.

IV • ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

Como se puede observar en la siguiente tabla, el grupo de edad más importante es el de los menores de 19 años, que representa el 40,45% del total de la población. Le sigue el segmento de población de edades comprendidas entre los 20 y los 40 años, que representa el 33,11% del total.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES

EDAD	TOTAL	%	HOMBRES	%	MUJERES	%
0-19	27.429.570,00	40,45	14.144.311,00	20,86	13.285.259,00	19,59
20-40	22.449.443,00	33,11	11.409.093,00	16,83	11.040.350,00	16,28
40-59	12.213.296,00	18,01	6.166.933,00	9,10	6.046.363,00	8,92
mayor 60	5.711.618,00	8,42	2.626.398,00	3,87	3.085.220,00	4,55
TOTAL	67.803.927,00	100,00	34.346.735,00	50,66	33.457.192,00	49,34

Fuente: DIE, 2000 (últimos datos disponibles)

De esto se desprende que el segmento de consumidores más importante es el de las personas con edad comprendida entre los 20 y los 40 años, por ser quienes tienen un mayor poder adquisitivo. Este segmento de población, que ha vivido directamente el éxodo desde las zonas rurales a las áreas urbanas, producido desde mediados de los 80 a mediados de los 90, se ha tenido que adaptar a los hábitos de consumo imperantes en las zonas urbanas. Aunque todavía se conservan tradiciones o costumbres de consumo adquiridos de la generación anterior.

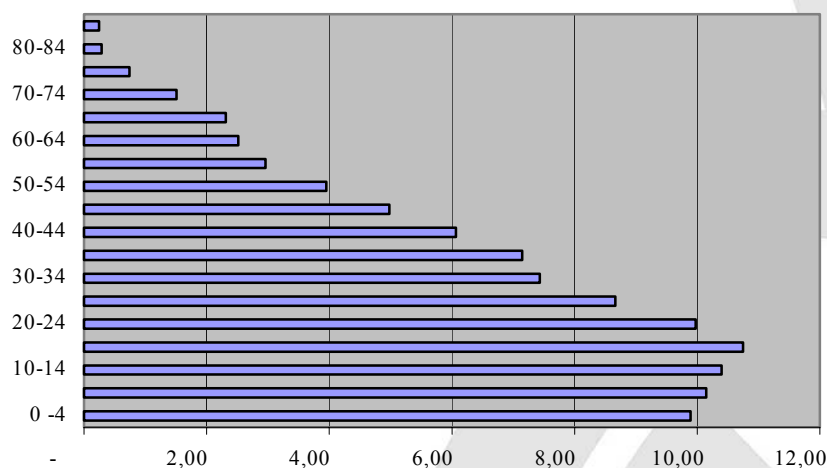
Por otra parte, es el grupo de edad que abarca hasta los 19 años el que marca y seguirá marcando las tendencias en la moda y el consumo de prendas de vestir.

Esta situación ha sido comentada por varios de los empresarios del sector entrevistados, que señalan que los jóvenes, sobre todo los que habitan en áreas urbanas han alcanzado un nivel de bienestar que dan por hecho y, por tanto, sus prioridades y preferencias son distintas a las de las generaciones anteriores. Les gusta consumir marcas y les gusta seguir la última moda.

Por lo que respecta a la distribución por sexos, podemos comprobar que el número de varones es levemente más elevado que el de mujeres pero no de forma significativa.

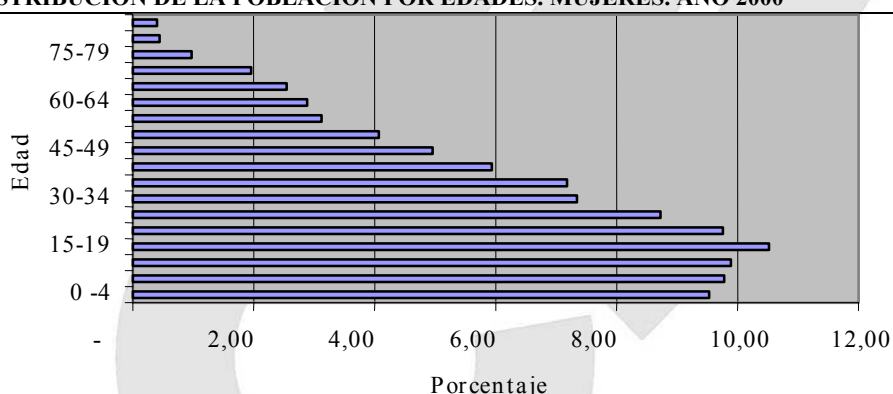
EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES. HOMBRES. AÑO 2000



Fuente: DIE, 2000(últimos datos disponibles)

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES. MUJERES. AÑO 2000



Fuente: DIE, 2000(últimos datos disponibles)

Los procesos migratorios que han tenido lugar en las últimas décadas, han llevado a Turquía a ser uno de los países del mundo con las tasas de población urbana más altas. Sólo Estambul, la ciudad más populosa del país concentra a cerca de 16 millones de habitantes.

La población se concentra principalmente en la zona occidental, en la península de Tracia, el área del Mar de Mármara y en las ciudades costeras del Mar Egeo. Estas zonas representan más de la mitad de la población. Son también las regiones con mayor poder adquisitivo de Turquía, lo que determina la concentración en ese área de la mayoría de los establecimientos de hipermercados y cadenas de supermercados.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

1.2. Factores Económicos

En Turquía la renta per cápita ha experimentado un aumento con respecto a 2001, año en que la crisis económica provocó un descenso considerable de la misma, llegando a ser tan sólo de 2.300 dólares anuales. En el año 2003 alcanzó los 3.412 dólares, y se espera un aumento paulatino para los próximos años.

RENTA PER CAPITA (En USD)

	2001	2003
	2.300	3.412

Fte: DIE. Año 2004

La distribución de la renta en Turquía es muy desigual. Así, las mujeres que se han incorporado al mundo laboral y trabajan en empresas en las grandes ciudades, representan el grupo de consumidoras con mayor poder adquisitivo. Es el grupo que utiliza las principales marcas internacionales y que está más influenciado por el estilo de publicidad occidental. Son clientes que buscan diferenciarse y dar una imagen de elegancia y modernidad.

Por otra parte un alto porcentaje de trabajadoras turcas cobran el salario mínimo, que es de unos 85 dólares al mes, y que gasta en productos de primera necesidad, por lo que no se puede permitir adquirir productos que no sean esenciales. Aunque aumentase el consumo en prendas de vestir en este grupo de población, es difícil que consuman productos de marca y más alto precio.

Uno de los grandes problemas de Turquía es su elevada inflación, aunque en los últimos tiempos está siendo en cierta medida controlada gracias a los ajustes estructurales que, con el deseo de iniciar las rondas negociadoras para su adhesión a la Unión Europea, está emprendiendo el gobierno. Así a finales de 2003, la inflación quedó a un nivel del 18 %, aunque eso sí, la inflación media anual para ese mismo año se situó en un 25,3%, cifra que sigue siendo muy alta. Esta inestabilidad en los precios es un elemento que puede afectar a las expectativas futuras de gasto de los consumidores.

INFLACIÓN

	2001	2002	2003
Media anual	54,4%	45%	25,3%
Fin de periodo	69,5%	29,7%	18,4%

Fte: Instituto Turco de estadística. Subsecretaría del Tesoro. Banco Central de Turquía.

1.3. Factores culturales

En Turquía, donde cerca de un 97% de la población es musulmana, el factor religioso influye a la hora de comprar prendas de vestir, pero sólo hasta cierto punto. Si bien es cierto que hay una minoría de confeccionistas que se dedican a fabricar un estilo de ropa femenina orientado a las mujeres que acostumbran a cubrirse el cabello o el rostro, que usan ropa de colores neutros, tejidos de lino y hechuras alargadas y poco entalladas, la realidad es que las empresas de confección se esfuerzan por seguir el modelo europeo, y poseen diseñadores propios, tejidos vistosos y actuales, como en cualquier

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

país europeo. Incluso las mujeres que por sus creencias religiosas van veladas, usan estas prendas de carácter más occidental en el interior de la vivienda.

1.4. Factores climáticos

En Turquía el clima se caracteriza por inviernos muy fríos y húmedos en la costa norte y en Anatolia Central, siendo frecuente la aparición de nevadas, lo que implica, junto al mayor precio de las mismas, un mayor gasto en prendas de vestir en la temporada de invierno. En verano las prendas más demandadas son aquellas fabricadas con tejido de lino o de algodón, debido a las altas temperaturas que se alcanzan en la mayor parte del país.

1.5. Consumo

Según datos del Instituto Turco de Estadística, el país destina un 66% del PIB al consumo privado. Y dentro del consumo el porcentaje dedicado por los turcos al consumo de prendas de vestir, según los últimos datos estadísticos disponibles, es de un 6,3% sobre el total, situándose en tercer lugar tras la alimentación a la que se dedica un 26,7% del gasto y la vivienda y sus costes a los que se destina un 27,3 %.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TOTAL (En %)

Ámbito	Total		Urbano		Rural	
	1994	2002	1994	2002	1994	2002
1. Alimentos y bebidas sin alcohol	32,8	26,7	28,0	23,9	42,4	32,5
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	2,8	4,1	2,7	3,8	2,9	4,7
3. Prendas de vestir y calzado	9,0	6,3	9,0	6,3	8,9	6,2
4. Vivienda, electricidad, agua, gas	22,8	27,3	24,8	29,2	19,0	23,4
5. Mobiliario, accesorios del hogar y productos de limpieza	9,0	7,3	9,3	6,9	8,5	8,1
6. Salud	2,6	2,3	2,6	2,1	2,5	2,7
7. Transporte	8,8	8,7	9,5	9,5	7,3	7,0
8. Comunicación	1,8	4,5	2,0	4,7	1,5	4,1
9. Ocio y cultura	2,3	2,5	2,7	2,5	1,5	2,4
10. Educación	1,4	1,3	1,9	1,5	0,6	0,9
11. Restaurantes y hoteles	2,9	4,4	3,2	4,9	2,3	3,5
12. Otros	3,7	4,6	4,2	4,6	2,7	4,5

Fte: ITKIB 2003

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El principal cliente de confección textil en Turquía son las mujeres. En los últimos años, el sector se ha visto favorecido por el aumento del número de mujeres trabajadoras, que han incrementado de este modo su poder adquisitivo, y como consecuencia hacen un mayor consumo de prendas de vestir elegantes, con diseños exclusivos y tejidos de calidad.

Por lo que respecta a la edad, hay que tener en cuenta que Turquía cuenta con una población muy joven, más del 40% tienen entre 16 y 25 años. Intentar penetrar con un tipo de producto enfocado a una

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

juventud urbana, moderna y al corriente de la moda es la mejor estrategia para la empresa española, ya que abarcaría un amplio segmento de consumidores.

Como en cualquier país europeo, se consumen más prendas de vestir en las áreas urbanas que en las rurales. Este aspecto en Turquía tiene todavía más peso, ya que en las áreas rurales, sobre todo en las de la zona del este y sudeste del país, la mentalidad continúa siendo conservadora, acorde con las creencias religiosas y muchas mujeres se atavían con trajes largos, sin entallar, con tejidos de colores oscuros y pañuelos cubriendo su cabello. Sin embargo, esta situación está cambiando, debido al aumento de la publicidad o a la influencia de la televisión y otros medios de comunicación, que han impulsado el consumo de prendas de vestir más modernas en todo el país, situación que se espera que crezca en los próximos años abriéndose así un mercado con mucho potencial de crecimiento.

2.1. Hábitos de Consumo

Productos y Marcas

Las prendas de vestir más consumidas en Turquía son las prendas “pronto moda”, los pantalones vaqueros, las blusas y los conjuntos y trajes de señora.

Las marcas preferidas por las consumidoras turcas según datos del Retailing Institute, son las siguientes:

- Marcas Turcas: COLLEZIONE, MAVI, RODI, YMK, ÇARSI (para un nivel adquisitivo medio), y HERRY, JANINE, VITRINE y PERSPECTIVE para un nivel adquisitivo medio-alto.
- Marcas Extranjeras: LCW, MANGO, ZARA, M&S para un nivel adquisitivo medio, y LEVI'S, DIESEL, BENETTON, TOMMY HILFIGER, CACHAREL Y QUICKSILVER para un nivel adquisitivo medio-alto. Las marcas de lujo preferidas por las mujeres turcas son las italianas: CANALI, VERSACE, FERRE, ARMAN, ZEGNA, HUGO BOSS, MAX MARA, TRUSSARDI.

2.2. Hábitos de compra

Temporada de compra

Según datos obtenidos de las encuestas realizadas por el Retailing Institute de Estambul, los turcos gastan más en prendas de vestir en invierno que en verano, no sólo porque su precio es más elevado, si no porque Turquía es un país que en invierno alcanza muy bajas temperaturas y afronta fuertes nevadas.

Lugar de compra

En Turquía los centros más habituales en los que se adquieren prendas de vestir son los siguientes:

- Pequeñas tiendas de barrio.
- Boutiques multi-marcas.
- Centros Comerciales.
- Cadenas de tiendas o franquicias.
- Bazares abiertos o cubiertos.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Hasta hace unos años el consumidor acostumbraba a realizar la compra de su vestuario para toda la temporada en un tipo de comercio determinado, bien fuese una boutique, un centro comercial o en bazares abiertos, dependiendo de sus preferencias y su poder adquisitivo. Sin embargo, hoy en día, al consumidor le gusta variar y diversifica sus compras en todo tipo de locales. A esto contribuye la democratización de la moda y la proliferación de tiendas como COLLEZIONE, accesibles a todo el mundo, y adaptadas a los rápidos cambios de tendencia en la moda.

Criterio de compra

En un país como Turquía, que ha sufrido sucesivas crisis económicas, devaluaciones de su moneda y una continua inflación, el criterio principal de compra solía ser el precio. Sin embargo, en los últimos años, los esfuerzos publicitarios de las empresas, el marketing y la presencia de marcas internacionales han dado lugar a que la marca, la imagen del producto y, sobre todo, el deseo de seguir las últimas tendencias, sean factores más importantes.

Las mujeres entre 35 y 45 años, que trabajan en empresas en las grandes ciudades, representan el grupo de clientes con mayor poder adquisitivo y que está más influenciado por el estilo de publicidad occidental.

Este segmento consume productos de gama media alta, vendidos en boutiques y con marca propia.

Para las mujeres jóvenes de entre 15 y 25 años el criterio fundamental es la moda. Consumen productos de calidad media-baja, de precios asequibles, pero que siguen las últimas tendencias. El lugar de compra para este segmento son tiendas que se adaptan a los cambios de forma vertiginosa, sacando varias colecciones al año en lugar de dos, como hacen las boutiques y tiendas más pequeñas y exclusivas.

3. POTENCIAL PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA

Aunque Turquía es un país fuerte en el sector de la confección, que se esfuerza cada vez más en fabricar productos de gama media alta y marcas propias y en aumentar sus exportaciones, la industria está muy atomizada, y un 80% lo constituyen empresas pequeñas. Penetrar del modo en que lo han realizado con gran éxito Mango o Zara es una estrategia óptima.

Para una empresa mediana también existe potencial, ya que las compañías españolas juegan con la baza del concepto “Made in Spain”, que está ya casi a la altura del “Made in Italy”. Se puede alcanzar un buen posicionamiento con una marca poco conocida, pero con una buena estrategia de promoción y marketing y sabiendo captar la filosofía del consumidor turco.

4. PERSPECTIVAS DE EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Según la Asociación Turca de Fabricantes de Prendas de Vestir (TGSD), se prevé que el mercado crecerá de forma paulatina hasta 2005, y que después de ese momento, gracias a las mejoras en la situación económica y en el poder adquisitivo de los consumidores turcos, se acelerará ese crecimiento.

Según datos de esta misma asociación, el gasto per cápita en prendas de vestir, que en el año 2000 fue de 305 dólares, bajará hasta los 300 dólares en 2005, pero aumentará en el período 2005-2010, alcanzando en este último año cerca 445 dólares.

Respecto al aumento de población, se estima que en 2005 Turquía llegará a tener 69.8 millones de habitantes, y cerca de 73 millones en 2010, lo cual supone una ampliación considerable del número de consumidores potenciales.



V. ANEXOS

1. ENTREVISTAS REALIZADAS

COLLEZIONE

Nombre completo: AKYIGIT TEXTIL SAN. TIC A. S.

Dirección: Demirkapi Mahallesi İnönü Caddesi N° 56 MAHMUTBEY/ISTANBUL

Tel: 0090 212 447 12 12

Fax: 0090 212 447 03 14

E-Mail: export@collezione.com.tr

Web: www.collezione.com

Persona de Contacto: Sr. Ekrem Akyigit

Fundación: 1987

Collezione es la cadena de tiendas de confección de mayor tamaño en Turquía. Cuenta con más de 75 tiendas, 226 córners y una fábrica. Se basa en el sistema de franquicias, sobre todo en los mercados exteriores en los que está presente.

Su planta de producción es de 15.000 m², emplea a 1700 profesionales, está presente en 21 países y tuvo unos ingresos de 97 millones de dólares en 2003

COLLEZIONE produce y vende prendas de vestir incluyendo más de 1.100 variedades de camisetas, jerseys, chaquetas de punto, ropa interior, artículos de denim, accesorios, zapatos, prendas tejidas y de punto.

Los productos de COLLEZIONE van dirigidos a gente joven de entre 16 y 26 años, y adultos de 27 a 35.

COLLEZIONE se basa en el concepto de dar al cliente la posibilidad de llevar ropa a la última moda, a precios razonables, con una calidad aceptable. Se adapta con facilidad y dinamismo a las nuevas tendencias y al cambio vertiginoso de la moda actual.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

COLLEZIONE ofrece colecciones a la moda conteniendo modelos clásicos, modernos, estilo de los años 50 y 60 y diseños urbanos. Su colección contiene cuatro grupos: Casual, Deportivo, Clásico (para hombres y mujeres trabajadores) y Moderno (con colores vistosos y diseños modernos)

COLLEZIONE es una de las marcas principales y mejor conocidas, sobre todo en las grandes ciudades. Según el responsable de ventas de COLLEZIONE, la mejor estrategia para penetrar en el mercado turco, es siguiendo una filosofía similar a la de su empresa. Por dos motivos fundamentales:

-El precio debe ser asequible , ya que en Turquía los salarios son bajos y la persistente inflación afecta continuamente a la economía.

-La mayor parte de la población es joven y este segmento tiende a consumir una moda rápida, dinámica y moderna.

VITRIN

Dirección: Merkez Mahallesi Birahane Sk N° 34/ 36

Bomonti, SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 296 41 34

Fax: 0090 212 291 71 95

E-Mail: cengizorkun@vitrinyim.com.tr

Web: www.vitrinyim.com.tr

Persona entrevistada: Sr. Mehmet Aytek

E-Mail: mehmetaytek@vitrinyim.com.tr

Aunque no tan conocida como Collezione, Vitrin sigue el mismo concepto de “pronto moda”, confeccionando prendas exclusivamente femeninas. Cambian de colección cada semana y entregan los pedidos en plazos de 3 semanas.

Poseen una fábrica propia y tres tiendas mayoristas. El resto de las ventas en Turquía las realizan a través de franquicias. Esta es la forma más asequible en este país, ya que los alquileres de locales de negocios y las comisiones de los bancos son muy elevados.

Sus clientes son mujeres jóvenes de entre 16 y 25 años. Sus prendas son de estilo juvenil, con tejidos sintéticos, colores vivos, y tejidos de diseños geométricos imitando la moda de los 80.

Tienen sus propios diseñadores, y exportan prácticamente la totalidad de su producción. Exportan a Holanda, Grecia, Líbano, Arabia Saudí, y a España, con venta directa a tiendas pequeñas, o a través de internet en el caso de Rusia.

Según el Sr. Aytek, el criterio más importante a la hora de seguir una estrategia de penetración en el mercado turco es el criterio moda, vender el producto como moderno y dinámico. Más importante que la marca será contar con una excelente coordinación y logística y tener capacidad de asumir los plazos de entrega y el cambio de colecciones.

Para el Sr. Aytek, lo más importante es elegir cuidadosamente un buen agente, que comprenda la filosofía del exportador español y que se dedique sólo al campo de la confección. Una empresa pequeña o mediana debe tratar de conseguir un agente, que pueda aceptar tramitar pedidos medianos o pequeños,

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

ya que normalmente están acostumbrados a tratar con empresas alemanas o inglesas que realizan envíos considerables.

HERRY

Nombre completo: HERRY HAZIR GIYIM SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Keresteciler Sitesi Karadal Sk N° 26 Pisos 1º, 2º, 3º

MERTER-ISTANBUL

Tel: 0090 212 637 06 41

Fax: 0090 212 637 34 07

E-Mail: info@herry.com.tr

Web: www.herry.com.tr

Empresa de pronto moda exclusivamente para mujeres de entre 20 y 35 años y más en concreto para la mujer trabajadora.

Fundada en 1986, cuenta con 20 tiendas propias y 60 puntos de venta en cadenas como PROFILO, MIGROS, CARRUSEL.

Se caracteriza por un estilo exclusivo y elegante, con tejidos de calidad y precios más elevados que las empresas anteriores.

Se dedican sobre todo al mercado local (95% de su producción) vendiendo directamente y con marca propia: HERRY, HERRY AND CO. Y GOOSE, en las ciudades más importantes como Estambul, Bursa y Konya .

Sus exportaciones se dirigen fundamentalmente a países de la UE (Gran Bretaña, Francia, Alemania, España) y también a Israel y Chipre. En el caso de España realizan las ventas a través de internet.

Por otra parte importan tejidos de Italia, Francia, China y Corea, y bienes finales de Grecia y China.

Su opinión acerca de la moda y confección española es altamente positiva. Alaba el estilo y el gusto de la moda española y la excelente organización y logística de las empresas españolas que están presentes actualmente en el mercado turco.

Su consejo para una empresa española que quiera introducirse en el mercado turco es buscar un socio local de confianza, y promocionar a través de anuncios y ferias el estilo, el diseño y la capacidad de adaptación a las nuevas tendencias por parte de la empresa en cuestión y establecerse con una marca sólida.

JANINE

Nombre Completo: JANINE GIYIM SANAYI VE TICARET LTD STI

Dirección: Hacimansur Sok N° 69/A

OSMANBEY/ISTANBUL

Tel: 0090 212 29519 19

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Fax: 0090 212 233 62 53

E-Mail: info@janinegiyim.com

Web : www.janinegiyim.com

Persona Entrevistada : Sr. Batu Kismet/ Responsable de Comercio Internacional

Fundación: 1975

Producto: Confección femenina: fundamentalmente blusas, pantalones, faldas y vestidos.

En su producción emplean sobre todo los tejidos de seda, lino y sintéticos, además de algodón y punto.

El segmento al que va dirigido su producto es el de personas que buscan elegancia y distinción, productos de calidad y exclusivos.

Según esto el perfil de sus consumidores es el de mujeres de nivel medio-alto entre 25 y 35 años, modernas y elegantes.

Tienen sus propios diseñadores y maquinaria. Prefieren la maquinaria turca porque es más asequible y consideran que está a la altura de la maquinaria importada.

Realizan las ventas de sus productos en boutiques. La forma de distribución es un 50% a mayoristas y un 50% de forma directa a minoristas.

Destinan un 85% de su producción a la exportación a Países de la UE (Holanda, Dinamarca, Grecia, España) y a Irán y Kuwait.

Por lo que respecta a su visión de la confección española, el Sr. Kismet admira el estilo . De hecho han participado recientemente en la Semana Internacional de la Moda de Madrid (SIMM). Para ellos, el estilo español es un modelo a seguir, porque es reconocido el impacto que provocan en Turquía las empresas que están presentes.

Opina que es un buen momento para que una empresa española entre en el mercado turco, ya que aunque China es un fuerte competidor, la moda española combina de forma equilibrada precio y calidad.

RETAILING INSTITUTE

Dirección: Ali Nihat Tarlan Caddesi. Ertas Sk. N° 6/A 81110

İÇERENKÖY-İSTANBUL

Tel: +90 216 572 90 07

Fax: +90 216 572 90 08

Persona de Contacto: Sra. Renan Burduroglu

E-mail: renan.burduroglu@retailing-institute.com

Web: www.retailing-institute.com

Según el Retailing Institute, que se dedica a realizar encuestas acerca del consumo de confección en Turquía y que realiza investigaciones para las grandes empresas, como Collezione , el segmento que más demanda y consume prendas de vestir es:

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

- Mujeres
- Jóvenes (de entre 16 y 35 años),
- Urbanas (que habitan en las 5 ciudades con mayor número de habitantes en Turquía: Estambul, Ankara, Izmir, Bursa y Natalia.
- Trabajadoras, con cierto poder adquisitivo.

En cuanto a los criterios de compra más significativos, según las encuestas realizadas por el Retailing Institute, son por este orden:

- 1º- Moda
- 2º- Marca
- 3º- Precio
- 4º- Calidad
- 5º- Otros

La demanda se incrementa en la temporada de otoño-invierno, y los lugares de compra son fundamentalmente las cadenas de tiendas, centros comerciales, boutiques y bazares abiertos.

Las marcas preferidas por las turcas según la Sra. Renan Burduroglu son: Collezione, Mavi y Rodi (Turcas) y Levi's, Mango y Zara (extranjeras).

Respecto a la situación actual del sector en Turquía, destaca, como prácticamente todas las empresas, la amenaza de China en el mercado, y espera un crecimiento moderado a largo plazo.

Los consejos de la representante del RETAILING INSTITUTE para una empresa española que desea posicionarse en el mercado turco son una buena estrategia de marketing, y una óptima coordinación, más que la propia marca. Y aprovechar la imagen-país que han dado empresas españolas ya consolidadas en el mercado turco.

Entrevistas realizadas en la feria ITSE 2004 a empresas de tejidos y accesorios

A través de la asistencia a esta feria, hemos podido obtener información de la situación local del sector de la confección, ya que las empresas que se muestran a continuación venden sus productos a las principales empresas confeccionistas del país

AKBASLAR TEXTIL ENERJI SAN VE TIC AS

Dirección: Atatürk Caddesi n° 169 Gürsu 16580 BURSA

Tel: 0090 224 280 25 00

Fax: 0090 224 280 25 25

Contacto: Mine Layik

E-Mail: akbaslar@akbaslar.com

Web: www.akbaslar.com

Productos: Tejidos de algodón, tejidos de seda, tejidos de lana, tejidos de lino, tejidos elásticos, viscosa, poliéster, denim.

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Dedican un 80 % de su actividad a la exportación, que realizan a través de agentes. Un 85% de los productos exportados son tejidos y un 15 % prendas de vestir.

Exportan a más de 45 países. Trabajan con ZARA y Mango, Littlewoods, Marks&Spencer y Newlook, a los que venden sus tejidos.

AKMODA

Dirección: Fatih Caddesi akçay Sokak N° 4 Merter-Istanbul

Tel: 0090 212 637 23 39

Fax: 0090 212 637 23 47

Persona de Contacto: Sr. Murat Dursun

E-Mail: akmoda@akmoda.com.tr

Web: www.akmoda.com.tr

Productos: confección textil en algodón, denim, sintéticos.

Tienen oficinas en : Denizli, Izmir; Bursa y Kayseri. Realizan exportaciones a Rusia, Bulgaria, Rumania, Moldavia.

BASAR TEXTIL LTD

Dirección: Cemal Nadir Sokak Ferah Han N° 20/74 CALGALOGLU- ISTANBUL

Tel: 0090 212 522 06 94

Fax: 0090 212 526 84 35

E-mail: basartextile@hotmail.com

Persona de Contacto: Sr. Hayati Küçük

Comentarios: actividad 20 años

Tejidos de velour, poliéster, lana, y confección de abrigos y chaquetas.

CONCORDE

Dirección: Bomonti Silahsör Caddesi n° 42 34381 SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 343 35 00

Fax 0090 212 343 35 05

E-Mail: najda@atttekstil.com

Web: www.turkmen.com

Comentarios: Grupo de empresas que produce tejidos y ropa ya confeccionada sobre todo para mujeres y niñas. Su línea de tejidos se centra en la producción de estampados modernos en poliéster, viscosas, algodón y lino. Crean y preparan su propia colección. El 70% de su producción lo destinan a la exportación. Exportan a la UE, sobre todo a Francia , Reino Unido y Alemania. Trabajó para ZARA y

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

tuvo contacto con la línea joven de Adolfo Domínguez “U” y con Roberto Verino. En general tienen muy buen concepto de la moda española.

ISKO (SANKO HOLDING)

Dirección: Organize Sanayi Bolgesi 3 Cadde 16425 Inegöl-Bursa

Tel: 0090 224 714 80 00

Fax: 0090 224 714 80 19

Persona de contacto: Sr. Tayfun Akbay

E-Mail: takbay@isko.com.tr

Web: www.isko.com.tr

Comentarios: ISKO es el mayor productor de denim en Turquía (un 70% de su capacidad productiva se destina a fabricar denim). Sus principales clientes son INDITEX, MANGO, Tommy Hilfiger, Banana Republic, Miss Sixty, Dolce&Gabbana, MS, Next, etc. Tienen agentes para exportar directamente. Dedicán casi toda su producción a la exportación debido a su gran capacidad. El perfil de sus clientes es, en general, gente joven, urbana y con tendencias modernas.

2. CONFECCIONISTAS DE PRENDAS DE VESTIR FEMENINAS

ADIL ISIK ASIR GIYIM SANAYI TIC. LTD. STI.

Dirección: Kodaman Sokak Temel Is Merkezi N° 44-46

OSMANBEY-ISTANBUL

Tel. 0090-212 241 09 79

Fax.:0090 212 246 39 85

E-mail: admin@adilisik.com

Web: www.adilisik.com.tr

Productos: Pantalones, faldas, blusas, tops, vestidos, cardigans y bolsos de señora.

AKYIGIT TEXTIL VE MAGAZACILIK SANAYI TICARET A.S

Dirección: Demirkapi Mahallesi İnönü Caddesi N° 56

MAHMUTBEY- ISTANBUL

Tel.:0090 212 447 12 12

Fax.:0090 212 447 03 14

E-mail: export@collezione.com.tr

Web: www.collezione.com

Marca Collezione

ALARA TEXTIL GIYIM SANAYI TICARET LTD STI

Dirección: Siracevizler Caddesi N° 47 / D

SISLI-ISTANBUL

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Tel.: 0090 212 234 95 05

Fax.: 0090 212 232 47 24

E-mail: info@garize.com

Web: www.garize.com

Comentarios: Boutique de prendas de señora, especializada en ropa formal de trabajo.

Marca: GARIZE

ALKID GIYIM SAN TIC A.S.

Dirección: 10032 Sk N° 17/c

ÇİGLI-IZMIR

Tel.: 0090 232 328 21 01

Fax.: 0090 232 328 22 07

E-mail: alkid@alkid.com.tr

Web: www.alkid.com.tr

Productos: pantalones, bermudas, shorts y faldas de señora.

ARCAS TEXTIL SAN VE DIS TIC LTD STI

Dirección: Sair Nigar Sk. N° 66 Kitapçı Apt Daire 4

OSMANBEY- ISTANBUL

Tel.:0090 212 233 67 01

Fax.:0090 212 233 67 05

E-mail: info@arcas.com.tr

Web: www.arcas.com.tr

Productos: trajes de noche, faldas, tops y pantalones.

Marca: Castalia

BAGEN TEXTIL SAN VE TIC LTS STI

Dirección: Silahsör Caddesi, Bomonti Plaza N° 14

SISLI-ISTANBUL

Tel.:0090 212 232 56 16

Fax.:0090 212 232 56 16

E-mail: info@missbagen.com

Web: www.missbagen.com

Productos: Chaquetas , pantalones, blusas y faldas de señora.

Marca: Bagen

CARMEN KONFEKSIYON SAN TIC LTS STI

Dirección: Baytar Ahmet Sk. N° 25

OSMANBEY-ISTANBUL

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Tel.:0090 212 240 36 90

Fax.:0090 212 248 96 08

E-mail: carmen@carmen.com.tr

Web: www.carmen.com.tr

Productos: Blusas, pantalones, faldas, trajes de noche, prendas de abrigo y chaquetas de señora.

Marca: CARMEN

DOMINO TEKSTIL

Dirección: Merkez Mahallesi Degirmenbahçe Caddesi Inci Ishani Piso 3

YENIBOSNA-ISTANBUL

Tel.:0090 212 652 07 05

Fax.: 0090 212 652 24 55

E-mail: info@dominotekstil.com.tr

Web: www.dominotekstil.com.tr

Productos: Pantalones y faldas para señora y caballero.

Marca: DOMINO

EKOL GIYIM SANAYI

Dirección:Matbaaci Osmanbey Sk Atlas Apt N° 23/ 1

OSMANBEY-ISTANBUL

Tel.:0090 212 291 42 88

Fax.:0090 212 248 42 17

E-mail: info@exellofashion.com

Web: www.exellofashion.com

Productos: trajes, conjuntos y vestidos de señora.

Marca: EXELLO

GÜVENLER TEXTİL SA. VE TIC. A.S.

Dirección: Necati Bey Bulvarı N° 21

IZMIR-TURQUIA

Tel.:0090 232 462 22 00

Fax.:0090 232 462 26 65

E-mail: guvenler@efes.net.tr

Web: www.guvenler.com.tr

Productos: Blusas, faldas, vestidos y pantalones de señora

HERRY HAZIR GIYIM TEXTİL SAN. VE TIC. LTD. STI.

Dirección: Keresteciler Sitesi Karadal Sk N° 26 Pisos 1°, 2°, 3°

MERTER-ISTANBUL

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Tel: 0090 212 637 06 41

Fax: 0090 212 637 34 07

E-Mail: info@herry.com.tr

Web: www.herry.com.tr

Productos: Prendas de vestir y de abrigo, trajes y vestidos, de estilo clásico y formal , para señora.

Marca: HERRY

HÜNERLI GIYIM SANAYI VE TICARET LTD. STI.

Dirección: Toptan Manufaturacilar Çarsisi Musalla Baglari Kazim Ayvaz Sk. N° 50 SEÇUKLU-KONYA

Tel.:0090 332 235 56 86

Fax.:0090 332 235 18 86

E-mail: bilgi@hunerli.com

Web: www.hunerli.com.tr

Productos: Prendas de abrigo de señora

Marca: HUNERLI

IPEKON TEKS TRIKO SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Musalla Baglari Mah. Alpaslanli Sk. N° 74 SELÇUKLU-KONYA

Tel: 0090 332 237 36 61

Fax: 0090 332 236 6012

E-Mail: ipekon@ipekon.com.tr

Web: www.ipekon.com.tr

Productos: Prendas de abrigo, chaquetas y trajes de señora.

Marca: IPEKON COLLECTION

ISTANBUL INTER TEKSTIL

Dirección: Orhanveli Cad. 2 Sk. N° 15 Çakmakli Köyü Mevkii B
ÇEKMECE -ISTANBUL

Tel: 0090 212 886 12 92

Fax: 0090 212 886 12 90

E-Mail info@istanbulinter.com.tr

Web: www.istanbulinter.com.tr

Productos: Prendas de vestir femeninas en general

IZZET CANDAN

Dirección: Madalyon Sk. N° 51

OSMANBEY -ISTANBUL

Tel: 0090 212 241 75 17

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Fax: 0090 212 230 42 12

E-Mail: info@izzetcandan.com

Web: www.izzetcandan.com

Productos: Trajes y conjuntos de señora

Marca: IZZET CANDAN

JANINE GIYIM SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Hacimansur Sok N° 69/A

OSMANBEY/ISTANBUL

Tel: 0090 212 29519 19

Fax: 0090 212 233 62 53

E-Mail: info@janinegiyim.com

Web: www.janinegiyim.com

KARAHAN TEKSTIL VE DIS TIC A.S.

Dirección: Mahmutbey Mah. Küçük Halkali Caddesi N° 26 BAGCILAR-ISTANBUL

Tel: 0090 212 446 34 54

Fax: 0090 212 446 34 52

E-Mail: dilek_keskin@karahantekx.com.tr

Web: www.lilies.com.tr

Productos: prendas de vestir femeninas tanto tejidas como de punto

Marca: LILIES

KELEBEK TEXTIL URUNLERI SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Kazim Orbay Cad. N° 45/47 Bomonti SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 232 99 29

Fax: 0090 212 231 88 98

E-Mail: info@kelebektekil.com

Web: www.perspective-wear.com

Productos: prendas de vestir para señora de estilo clásico y formal

Marca: PERSPECTIVE

KMK MODA TEXTIL SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Baglar Mah. Osmanpasa Cad Dal Sk. N° 3 GUNESLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 515 66 76

Fax: 0090 212 651 12 74

E-Mail: info@kmkmoda.com

Web: www.kmkmoda.com

Productos: Moda joven

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Marca: KMK

LA GAZZETA ÇOSKUN KONFEKSIYON SAN TIC LTD STI

Dirección: Sair Nigar Sok N° 56/1 OSMANBEY-ISTANBUL

Tel: 0090 212 296 18 40

Fax: 090 212 246 53 59

E-Mail: lagazzeta@lagazzeta.com.tr

Web: www.lagazzeta.com.tr

Productos: Blusas, camisas, pantalones y vestidos de señora.

Marca: LA GAZZETA

MITHAT

Dirección: Kazim Orbay C 89 SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 225 04 50

Fax: 0090 212 225 34 46

E-Mail: info@mithat.com.tr

Web: www.mithatclothing.com

Productos: Trajes de señora y caballero y otras prendas de vestir.

Marca: MITHAT

NUDE

Dirección: Esref Efendi Sk. N° 52 SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 231 29 36

Fax: 0090 212 234 50 81

E-Mail: halil@nudegiyim.com

Web: www.nudegiyim.com

Productos: vestidos, faldas , pantalones , conjuntos y trajes de noche de señora.

Marca: NUDE

ORHAN GIYIM SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Mesrutiyet Mahallesi Kodaman Sk N° 116 SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 224 64 94

Fax: 0090 212 296 56 86

E-Mail: orhangiyim@orhangiyim.com.tr

Web: www.orhangiyim.com.tr

Productos: Prendas de vestir de señora

Marca: ORHAN

SUMAK GIYIM SAN VE TIC AS

Dirección: Baytar Ahmet Sk. N° 29

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Tel: 0090 212 232 23 23

Fax: 0090 212 233 84 54

E-Mail: info@sumak.com.tr

Web: www.sumak.com.tr

Productos: Pantalones, chaquetas, blusas.

VITRIN-AYTEK GIYIM SAN VE TIC LTD STI

Dirección: Merkez mahallesi Birahane Sk N° 34/ 36

Bomonti, Sisli-Istanbul

Tel: 0090 212 296 41 34

Fax: 0090 212 291 71 95

E-Mail: cengizorkun@vitriniyim.com.tr

Web: www.vitriniyim.com.tr

Persona de Contacto: Sr. Mehmet Aytek

E-Mail: mehmetaytek@vitriniyim.com.tr

VOLKAN TEKSTIL ÜRÜN SAN VE TIC A.S.

Dirección: 1332 Sk N° 2/ 601 ÇANKAYA-IZMIR

Tel: 0090 232 484 93 60

Fax: 0090 232 441 33 67

E-Mail: info@volkantekestil.com

Web: www.volkantekestil.com

Productos: Trajes de noche y de novia

Marca: VOLKAN MODA EVI

3. CONFECCIONISTAS CON MARCAS PROPIAS

AKBASLAR TEKSTIL SANAYI

Dirección: Atatürk Caddesi N° 169

GÜRSU-BURSA

Tel: (0090-224) 280 25 00

Fax: (0090-224) 280 25 25

E-mail: akbaslar@akbaslar.com

Web: www.akbaslar.com

Idioma: Turco e inglés

Marca: GES

AKIN TEKSTİL A. S.

Dirección: AKIN TEKSTİL A.Ş. ÇIRPICI VELIEFENDI YOLU N°:49 34730

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

BAKIRKÖY /İSTANBUL

Tel.: (0090-212) 543 64 40

Fax.: (0090-212) 583 50 69

E-mail: satis@akintekstil.com.tr

Web: <http://www.akintekstil.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marca: AKTEK

AKMODA TEKSTİL ÜRETİM VE PAZ. LTD. STİ.

Dirección: Fatih Caddesi. Akçay Sokak N°:4

MERTER-İSTANBUL

Tel.: (0090-212) 637 23 39

Fax.: (0090-212) 637 23 47

E-mail: akmoda@akmoda.com.tr

Web: <http://www.akmoda.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marca: BIANCO CLASSICS & SPORTWEAR

AKSU İPLİK DOKUMA VE BOYA APRE FABRİKALARI T. A. S.

Dirección: Istanbul Dünya Tic. Merk. A1 B. Piso 17 34850 Yesilköy Istanbul Dünya Tic.Merkezi A1 B. KAT: 17 34850

YESİLKÖY/İSTANBUL

Tel.: (0090-212)-468 01 00

Fax.: (0090-212)-467 01 99

E-mail: aksu@aksu.com.tr

Web: <http://www.aksu.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marca: AKSU

ALITEKS LTD. STİ.

Dirección: Şehit Niyazi Sokak 13/2

MECİDİYEKÖY-İSTANBUL

Tel.: (0090-212) 211 06 63

Fax.: (0090-212) 211 15 91

E-mail: narsis@superonline.com / narsis@kablonet.com.tr

Web: www.bynarsis.com

Idioma: Turco e inglés

Marca: NARSIS, TRUE LOVE

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

ALTINBASAK TEKS. SAN. VE TİC.A.

Dirección: Organize Sanayi Böl. Turan Bahadır Cad. N ° 28 DENİZLİ

Tel.: (0090-258) 269 10 69

Fax.: (0090-258) 269 10 70

E-mail: altinbasak@altinbasak.com.tr

Web: <http://www.altinbasak.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: REFERANCE, ALTINBAŞAK, DLLBERINA,ALTIN LALE,ALTIN BAŞAK JEST, ALTIN TAÇ ALTIN BAŞAK ELEGANT

APS TEKSTİL VE TİC. A.Ş.

Dirección: KAYIŞBEY YOLU NO:25 İÇERENKÖY İSTANBUL

Tel.: (0090-216)-576 90 00

Fax.: (0090-216)-573 07 63

E-mail: rbenzes@apstextile.com

Web: <http://www.apstextile.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marca: APS

ARAT TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Dirección: Haci Sabanci Organize Sanayi Böl. Ceyhan Yolu Hasan Arat CD. ARAT BİNASI MİMİS/ADANA

Tel.: (0090-212)- 505 92 92

Fax.: (0090-212)-644 08 75

E-mail: noztuna@arat.com.tr

Web: www.arat.com.tr

Idioma: Turco e inglés

Marcas: CAPPADOCIA, WISHNE, DEEP&DARK, ICY, ARAT BY BAHAR KORCAN, WEB SIDE, ATHLETIC, EXPRESS ME, EXPRESS MODA, EXPRESS MATCH

ARSLANLI ÖRME SAN. VE TİC. A.Ş.

Dirección: Davutpasa Cad. Yol Sok. Gül San Sitesi B Blok K:3 ZEYTINBURNU

Tel.: (0090-212)-482 33 60

Fax.: (0090-212)-482 33 93

E-mail: arslanli@arslanli.com.tr

Web: <http://www.arslanli.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marca: ARSLANLI, SPICA

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

AYDINLI HAZIRGIYIM SAN. VE TİC.A.Ş.

Dirección: Aydınli Hazirgiyim San ve Tic. A.S. Mimarsinan Eski Londra Asfaltı N°:40

BÜYÜKÇEKMECE İSTANBUL

Tel.: (0090-212) 863 46 80

Fax.: (0090-212) 863 46 84 / 0212-863 46 85

E-mail: root@aydinli.com.tr

Web: www.aydinli.com.tr

Idioma: Turco e inglés

Marcas: CAESARE CELLINI, KLASİS, AYDINLI

AYTEMİZLER TEKS. SAN. VE TİC. LTD. STİ.

Dirección: KÖYALTI MEVKİ MERKEZ MAH. 29 EKİM CAD. 1. SOK NO: 1

YENİBOSNA / İST

Tel.: (0090-212)-503 94 44

Fax.: (0090-212)-503 94 54 / 503 94 33

E-mail: oxxo@oxxo.com.tr

Web: <http://www.oxxo.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marca: OXXO

BAHAR TRİKO TEKSTİL LTD. STİ.

Dirección: ORTA MAH. DUMLUPINAR CAD. SAKARYA SOK. NO:14/1

BAYRAMPASA /İSTANBUL

Tel.: (0090-212) 501 71 58

Fax.: (0090-212) 613 91 84

E-mail: info@bahar.com.tr

Web: <http://www.bahar.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: BAHAR, BHR

BAHAROĞLU GİYİM SAN. TİC. A. S.

Dirección: İsmetpasa Mah. Haciveli Cami Vad. No: 11

GAZİANTEP

Tel.: 0090 342 251 65 65

Fax.:0090 342 251 88 88

E-mail: info@baharoglu.net

Web: <http://www.baharoglu.net/>

Idioma: Turco e inglés

Comentarios: BAHAROĞLU

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

BALKUV ADİ KOM. ŞTİ.

Dirección: 100 Yil Mahallesi Barbaros Cad.61. Sk. N°:32 BAĞCILAR/ ISTANBUL

Tel.: 0090 212 629 65 42

Fax.: 0090 212 629 65 77

E-mail: balkuv@balkuv.com

Web: <http://www.balkuv.com/>

Idioma: Turco e inglés

BATI TEKSTİL KONF. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Dirección: Ambarli Petrol Ofis Dolum Tesisleri Yolu N°:17

AVCILAR -ISTANBUL

Tel.: 0090 212 422 15 51

Fax.: 0090 212 422 15 16

E-mail: info@batitekstil.com

Web: <http://www.batitekstil.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: FISER

BAYDEMİRLER DIS TİCARET VE TEKSTİL A.S.

Dirección: Hadimköy Üzeri San 1. Bulvari 3. Bölge 6.Cad. N°:35

BÜYÜKÇEKMECE-ISTANBUL

Tel.: 0090 212 886 79 03

Fax.: 0090 212 886 77 91/ 0212-886 80 11

E-mail: metin.aggez@baydemirler.com.tr

Web: <http://www.baydemirler.com/>

Idioma: Turco e inglés

BİLSAR TEKS. SAN. VE DIS TİC. A.S.

Dirección: Tesvikiye Bostanci Sokak. N°:10/4

NİSANTASI-ISTANBUL

Tel.: 0090 212-232 10 10

Fax.: 0090 212- 248 90 18

E-mail: main@bilsar.com

Web: <http://www.bilsar.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: BIL'S, BEYMEN BUSINESS,BROKS FIELD

ÇİHANGİR DERİCİLİK SAN. VE TİC.A.Ş.

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Dirección: 28 Nisan Caddesi. Gürsel Mahallesi. NO:8 80360

KAGITHANE -ISTANBUL

Tel.: 0090 212 875 42 61

Fax.: 0090 212 875 38 99

E-mail: promise@promisetekstil.com

Web: <http://www.promisetekstil.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: INFINITA, EGO 'S

CONS TEKSTİL SAN. İTH. İHR. VE TİC. LTD. STİ.

Dirección: Kersteciler Sit. Fatih Caddesi. Kasim Sok. N°:33

MERTER / ISTANBUL

Tel.: 0090 212-644 12 24

Fax.: 0090 212-507 04 74

E-mail: aydinay@consjeans.com

Web: <http://www.consjeans.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: CONS

ÇAĞRI ÇELİK TRİKO SAN. VE TİC. LTD. STİ.

Dirección: KERESTECİLER SİTESİ SELVİ SOK. N °: 5 MERTER/ISTANBUL

Tel.: 0090-212 506 40 74

Fax.: 0090-212 506 40 80

E-mail: info@tinkyminky.com.tr

Web: <http://www.tinkyminky.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: TINKY-MINKY

ÇİFT ARSLAN TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Dirección: SULTAN HAMAM DİRİHAN NO: 308 EMİNÖNÜ İSTANBUL

Tel.: 0090-212 526 76 45

Fax.: 0090-212 526 83 81

E-mail: ciftarslan@ciftarslan.com

Web: <http://www.ciftarslan.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: ÇİFT ARSLAN, CAMA

DENİZLİ MODERN TEKS. SAN. VE TİC.A.Ş.

Dirección: AKÇESME MAH. 2018 SOK. N ° 36 GÜMÜSLER / DENİZLİ

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Tel.: 0090-258 371 69 30

Fax.: 0090-258 371 43 56

E-mail: modern@modernteks.com

Web: <http://www.modernteks.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: JEST HOME COLLECTIONS

DESA DERİ SAN. VE TİC.A.Ş.

Dirección: HALKALI CD. N °: 208 SEFAKÖY/ ISTANBUL

Tel.: 0090-212 698 98 00 (9 LINES)

Fax.: 0090-212 698 98 12

E-mail: bulenttercan@desa.com.tr

Web: <http://www.desa.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: DESA

EPENGLERİ TEKS. END. VE TİC. A.Ş.

Dirección: GÜMÜŞSUYU CD. ÇİFTE HAVUZLAR ÇIKMAZI NO: 4 TOPKAPI İSTANBUL

Tel.: 0090-212 482 26 60

Fax.: 0090-212 482 27 00

E-mail: epengle@turk.net

Web: www.turk.net/epengle

Idioma: Turco e inglés

Marcas: EPENGLERİ KADİFE

ER-DEM SAN. TURİZM VE TİCARET A.Ş.

Dirección: YILDIRIM MAH. TUNA SOK. NO: 51-53 BAYRAMPASA/ ISTANBUL

Tel.: 0090-212 640 89 59

Fax.: 0090-212 640 89 63

E-mail: celalettincelik@stress.com.tr

Web: <http://www.stress.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: STRESS, ACCESS

ERAK GİYİM SAN. VE TİC.LTD. STİ.

Dirección: GÜMÜŞSUYU CAD. FATİH SEHİTLERİ SOK . N ° 3 TOPKAPI / İSTANBUL

Tel.: 90) 212 544 60 60

Fax.: (90) 212 613 09 51

E-mail: maviinfo@mavijeans.com

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Web: <http://www.mavijeans.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: MAVI JEANS

HAS TEKSTİL TİC. VE SAN. LTD. STİ.

Dirección: E5 ÜZERİ AYDINLI SAPAĞI 81700 TUZLA İSTANBUL

Tel.: 0216-493 24 93

Fax.: 0216-493 15 99

E-mail: hastekstil@hastekstil.com.tr

Web: <http://www.hastekstil.com.tr/> / <http://www.clothas.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: CLOTHAS

İPEKİŞ MENSUCAT TÜRK T. A. S.

Dirección: STADYUM CD. N°: 7 16190 BURSA

Tel.: 90) 224 233 95 10

Fax.: 90) 224 236 89 66

E-mail: ipekis@ipekis.com.tr

Web: <http://www.ipekis.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: Marca: İPEKİŞ MENSUCAT T .A. S.

İSTANBUL GİYİM SAN. TİC. A.Ş.

Dirección: LONDRA ASFALTI ÜZERİ AVCILAR 34840 / İST

Tel.: 0090-212-591 44 40

Fax.: 0090212-591 10 31

E-mail: igs@igs.com.tr

Web: <http://www.igs.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: İGS

KARMA KUMAS SAN. TİC.A.Ş.

Dirección: KERESTECİLER SİTESİ NADİDE SOK. NO:41/5 MERTER/İSTANBUL

Tel.: 0090 212 483 10 04

Fax.: 0090 212 483 10 04 / (90) 212 483 10 09

E-mail: karma@arti.net.tr

Web: <http://www.karmafabric.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: ADRIA

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

KEFELİ GİYİM SAN. VE TİC. LTD. STİ

Dirección: RAMİ KISLA CAD. METAL HAN. NO:83 TOPÇULAR /İSTANBUL

Tel.: 0090 212-230 10 35

Fax.: 0090 212-501 52 41

E-mail: export@bisse.com.tr

Web: <http://www.bisse.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: BISSE

KOM TEKSTİL A.Ş.

Dirección: ÇOBANÇEŞME KÖYALTI MEVKİİ YENİBOSNA/ISTANBUL

Tel.: 0212-503 81 00

Fax.: 0212-551 63 05

E-mail: info@kom.com.tr

Web: <http://www.kom.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: KOM

MARKA TEKSTİL PAZ. TİC. A.Ş.

Dirección: HARAMİDERE HOROZ TESİSLERİ – AVCILAR/ ISTANBUL

Tel.: 0090 212 690 18 51

Fax.: 0090 212 690 68 36

E-mail: tiffany@tiffanyturkey.com

Web: <http://www.tiffanyturkey.com/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: TIFFANY

MISIRLI TEKS. SAN. A.Ş.

Dirección: ATESALAN CAD. NO: 32 34160 BAYRAMPASA /İSTANBUL

Tel.: 0090 212-613 50 00

Fax.: 0090 212-613 50 20

E-mail: murataltan@misirli.com.tr

Web: <http://www.misirli.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: MISIRLI

MİTHAT GİY. SAN. VE TİC. A.Ş.

Dirección: KAZIMORBAY CAD. NO: 83

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

ŞİŞLİ / İSTANBUL

Tel.: 0090 212-225 04 50 (7 Hat)

Fax.: 0090 212-225 34 46

E-mail: info@mithatgiyim.com.tr

Web: <http://www.mithatselection.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: MİTHAT

NEGİŞ GİYİM İMALAT VE İHRACAT A.Ş.

Dirección: 4. SAN BİR BULVARI 8. CAD. NO: 148

BUYUKÇEKMECE /İSTANBUL

Tel.: 0090 212 886 80 23

Fax.: 0090 212 886 80 28

E-mail: info@negis.com.tr

Web: <http://www.negis.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: NEGİŞ JEANS, NJW LONDON

ORKA TEKSTİL SAN. A.Ş.

Dirección: GÜRSEL MAH. YALIM SOK. N ° 5 OKMEYDANI/ İSTANBUL

Tel.: 0090 212 222 30 65

Fax.: 0090 212 222 31 99/ 210 16 48

E-mail: arge@damat.com.tr

Web: <http://www.tween.com.tr/>

Idioma: Turco e inglés

Marcas: DAMAT&TWEEN, DDD, ADVANCED, T01

4. AGENTES DEL SECTOR TEXTIL

ABİTEKS TEKS. SAN. TİC. A.Ş.

Dirección: Kore Şehitleri Cad. Yonca Apart. No:1/A Kat:6 D:15

ZINCIRLIKUYU/ İSTANBUL

Tel: (0090-212) 272 81 21

Fax: (0090-212) 275 37 22

AKATLI KONFEKSİYON İMALAT VE TEKSTİL MÜMESSİLLİĞİ

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Dirección: Adnan Saygun Cad. Dağ Apart.Ulus/İST

Tel: (0090-212) 287 44 93-2

Fax: (0090-212) 212 77 72

ALARA MODA TEKSTİL

Dirección: Ortaklar Cad. Sakızağacı Sok. Meriç Konak Apt. No:3/1 Mecidiyeköy İstanbul

Tel: (90-212) 212 37 50

Fax: (90-212) 212 77 72

AN ULUSLARARSI TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş

Dirección: MİTHATPASA CAD. HAKAN İŞ MERKEZİ NO: 2 KAT:6 D:20
SİRİNEVLER-İSTANBUL

Tel: (0090-212) 503 43 32

Fax: (0090-212) 503 43 91

E-Mail: an-int@anextile.com

ANKA DANIŞMANLIK TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

Dirección: HOME TEXTILES, SHIRTING FABRICS AND LADIES' UNDERWEAR

Cumhuriyet Cad. Nispet Sok. No: 2/4 Elmadağ/İST

Tel: (0090-212) 296 75 91

Fax: (0090-212) 296 75 90

ARES DIŞ TİCARET VE MÜMESSİLLİK

Dirección: ACIBADEM CAD. BALÖZ SOK. ÇAM APT. 5/10 34662

ACIBADEM İSTANBUL

Tel: (0090-216) 227 48 40

Fax: (0090-216) 326 60

E-Mail: nejatkurklu@ixir.com ; nejatkurklu@hotmail.com

ARIKAN TEKSTİL TİC. LTD. ŞTİ.

Dirección: Nuspetiye Cad. No: 44/b b lok B/2 80690 Beşiktaş/İST

Tel: (0090-212) 227 48 40

Fax: (0090-212) 27 48 44

ARKADIA TEXTILE AND TRADE INC

Dirección: Fulya Mah. Mehmetçik Cad. Üç Dirhem Apart. No:2 D.12 80290

MECIDIYEKÖY-İSTANBUL

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Tel: (0090-212) 212 37 50

Fax: (0090-212) 212 77 72

ATEKS TEKS. İTH. İHR. SAN. Ve TİC. A.Ş.

Dirección: Büyükdere Cad. Hukukçular Sitesi No:24 K:2 D:17 80260

MECIDIYEKÖY-ISTANBUL

Tel: (0090-212) 274 51 28

Fax: (0090-212) 217 90 26

BEFT TEKSTİL OTO SAĞLIK HİZ. VE İNŞ. TUR. SEY. DIS TİC. LTD. STİ.

Dirección: HALASKARGAZI CAD. YASAN İŞ MERKEZİ 243 KAT:2/20 80220

OSMANBEY- ISTANBUL

Tel: (0090-212) 296 23 57

Fax: (0090-212) 232 00 79

constrade@superonline.com

BENKA A.Ş.

Dirección: Ortaklar Cad. 2/15

MECIDIYEKÖY/ ISTANBUL

Tel: (0090-212) 275 49 52 / 3

Fax: 90-212) 211 32 95

BERSİ TEKS. KONF. ÜRN. PAZ. SAN. LTD. STİ.

Dirección: Doktor Bülent Tarcan Sok. Vefa Apt. No:6/7

GAYRETTEPE-ISTANBUL

Tel: (0090-212) 274 52 72-73

Fax: (0090-212) 288 05 85

BETA MÜMESSİLLİK

Dirección: Valikonağı Caddesi Sonu Yapi Kredi Vakfı Binası 2/2

NISANTASI-ISTANBUL

Tel: (0090-212) 230 35 83

Fax: (0090-212) 230 60 76

BEYSER

Dirección: Keresteciler Sitesi Fatih Cad. Kayalar Sok. No:11 Karagöz Ishani

MERTER-ISTANBUL

Tel: (0090-212) 637 30 54

Fax: (0090-212) 637 30 40

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

BİZ TEMSİLCİLİK VE DIŞ TİCARET A.Ş.

Dirección: VEFA BAYIRI MAH. PROF. DR. BÜLENT TARCAN CAD. NO: 12 GAYRETTEPE IS
MERKEZİ C BLOK K:7 D:9

GAYRETTEPE-İSTANBUL

Tel: (0090-212) 274 15 00

Fax: (0090-212) 275 29 83

E-Mail: info@biz-sourcing.com

Web: <http://www.biz-turkey.com/>

CEYLAN GİYİM

Dirección: Eski Hadım Köy Yolu 1. Cadde 1. Sokak No: 32 34860

BÜYÜKÇEKMECE/ISTANBUL

Tel: (0090-212) 886 57 95-4

Fax: (0090-212) 886 66 39-4

CONTEX TEKSTİL TURİZM A.Ş.

Dirección: KOREŞEHİTLERİ CAD. YONCA APT. 1A/7 80300

ZİNCİRLİKUYU İSTANBUL

Tel: (0090-212) 216 35 45

Fax: (0090-212) 216 35 55

e-Mail: info@contex-tr.com

ÇİÇEK GİYİM

Dirección: Talatpaşa Cad. Özgür İş Merkezi No: 108/3

GÜLTEPE-ISTANBUL

Tel: (0090-212) 279 96 66

Fax: (0090-212) 279 98 52

DARNEL TEKS. GIY. SAN. LTD. STI.

Dirección: Bagdat Cad. No: 316/5

ERENKÖY/ ISTANBUL

Tel: (0090-216) 350 27 81

Fax: (0090-216) 385 64 51

DEN DIŞ TİCARET A.Ş.

Dirección: Kore Sehitleri Caddesi Engin Apt. 20/5

ZİNCİRLİKUYU/ISTANBUL

Tel: (0090-212) 274 47 82

90-212) 273 11 58

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

DOBUTEKS TEKSTİL SAN. VE DIS TİC. LTD.

Dirección: MAZHARBEY CAD. SEVÜK SOK. HUZUR APT. NO:3/11
GÖZTEPE-İSTANBUL
Tel: (0090-216) 567 19 61
Fax: (0090-216) 567 19 18
dobutekstil@ttnet.tr

GÜNTEKS MÜMESSILLİK

Dirección: KALIPÇI SK . GÜRAN APT .NO : 51/2
TESVIKIYE - ISTANBUL
Tel :((0090-212) 236 56 00
Mov: 0090 532 337 40 49
E-Mail: info@gun-teks.com
Web: www.gun-teks.com

KAROS TEKSTİL VE SAĞLIK MALZ. SAN. VE TIC. LTD. STI.

Dirección: 1478 Sokak No. 8/601 35220
ALSANCAK-İZMİR
Tel: 90 (232) 465 00 75
Fax: 90 (232) 465 00 77
E-Mail: karos@karosltd.com

MINOS TEKSTİL LTD

Dirección: Göztepe Mahallesi, İnönü Caddesi Rahim Sokak. No 12
MAHMUTBEY- ISTANBUL
Tel: 90(212) 445 06 41 / 44
Fax: 90(212) 445 06 60
E-Mail: felmali@hotmail.com

MONTEKS TEKSTİL SAN. LTD. STI

Dirección: Çeçen Sok. No: 5/2 TR-81020
ACIBADEM/ ISTANBUL
Tel: 90(216) 325 69 19
Fax: 90(216) 325 83 81
E-Mail: mail@monteks.com
Web: <http://www.monteks.com>

PROTOKOL FOREIGN TRADING AND AGENCY LTD

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Dirección: Defne 06 Mahallesi Atrium İşmerkezi No:301-302 34900

BAHÇESEHIR-ISTANBUL

Tel: 90 (212) 669 61 45

Fax: 90 (212) 669 08 66

E-Mail: selimtal@protokolglobal.com

Web: <http://www.protokolglobal.com>

SECONDO TEKS. SAN. VE TİC. A. S.

Dirección: Valide Sultan Caddesi No: 35 80895

BAHÇEKÖY-ISTANBUL

Tel: 90(212) 226 24 75-3

Fax: 90(212) 226 24 72

E-Mail: secondo@superonline.com

TUREKS İTHALAT İHRACAT VE TİCARET A.S.

Dirección: Istanbul Dünya Ticaret Merkezi Havalimanı Karşısı A/1 Blok No:465

YEŞİLKÖY-ISTANBUL

Tel: 90(212) 465 68 38

Fax: 90(212) 465 68 39

YENER MÜMESSİLLİK

Dirección: Yıldız Posta Caddesi, Ayyıldız A Blok No:30 Kat:3 Daire:9

GAYRETTEPE-ISTANBUL

Tel: 90(212) 288 38 22

Fax: 90(212) 274 02 52

E-Mail: yener@superonline.com

5. ASOCIACIONES TURCAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN

ITKIB-ISTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİĞİ

(ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE TEXTIL Y PRENDAS DE VESTIR DE ESTAMBUL)

Dirección: Çobançeşme Mevkii Sanayii Caddesi YENİBOSNA ISTANBUL

Tel.: (0090-212-) 454 02 00

Fax. (00-90-212-) 454 02 01

E-Mail: info@itkib.org.tr

Internet: www.itkib.org.tr

Persona de contacto: Sr. Tuncer Ögün /Secretario General

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

TGSD- TÜRKİYE GIYIM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

(ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE PRENDAS DE VESTIR DE TURQUÍA)

Dirección: Mehmet Akif Caddesi 1. Sokak Haydar Akin İş Merkezi-2 No: 23 Kat: 5 Daire: 19

ŞİRİNEVLER - ISTANBUL

Tel: (0090-212-) 639 76 56

Fax: (0090-212-) 451 61 13-03

E-Mail: tgsd@tgsd.org

Web: www.tgsd.org

Persona de Contacto: Umut Oran/ Presidente

KYSD- TÜRKİYE KONFEKSİYON YAN SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

(ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE LA CONFECCIÓN DE TURQUÍA)

Tel.: (0090-212-) 6373687

Fax: (0090-212-) 6373689

E-mail: kysd@kysd.org.tr

Web: www.kysd.org.tr

TRISAD

(ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE GÉNERO DE PUNTO)

Dirección: Abdi İpekçi Caddesi, Uluyol Osmarı Nuri, İş Merkezi Cad N° 29,

BAYRAMPAŞA,-ISTANBUL

Tel.: (0090-212-) 6128509

Fax: (0090-212-) 6127433

E-mail: trisad@trisad.org

Web: www.trisad.org

EVTEKSDE- EV TEKSTİLCİLERİ DERNEĞİ

(ASOCIACIÓN DE TEXTILES PARA EL HOGAR)

Dirección: Aşirefendi Caddesi Besler Han N° 45 / 51 K: 4 SULTANHAMAM-ISTANBUL

Tel.: (0090-212-) 5271567

Fax: (0090-212-) 5119255

E-mail: trevteks@turkiyehomtexasso.com

Web: www.turkiyehomtexasso.com

TTSD - TEXTILE DYEING & FINISHING INDUSTRIALISTS' ASSOCIATION

Dirección: Akmaçesme S Aslan Apt 28/4

BESİKTAS - ISTANBUL

Tel: (0090-212-) 227 06 86

Fax: (0090-212-) 260 11 57

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

TEKSIF

TEXTILE INDUSTRY WORKERS' ASSOCIATION

Dirección: Federation Ziya Gökalp C Aydogmus S 1

KURTULUS-ANKARA

Tel: (0090-312-) 431 21 70

Fax: (0090-312-) 435 78 26

TEKSTIL-IS

Textile Employees Union

Dirección: Merter Nezihe Özmen M Akçay S 22 D 3

GÜNGÖREN-ISTANBUL

Tel: (0090-212-) 637 20 63

Fax: (0090-212-) 637 29 09

DENIZLI TEXTILE AND READY-TO-WEAR EXPORTERS' UNION

Halk C Furkan Is Merkezi 28/3 DENIZLI- TURQUÍA

Tel: (0090-258-) 263 39 92

Fax: (0090-258-) 242 09 89

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE TEXTIL PARA EL HOGAR

Dirección: Asirefendi Cad. Faal Han N°89 Kat. 2,

SULTANHAMAM-ISTANBUL

Tel: (0090-212-) 527 15 67 / 513 82 14

Fax: (0090-212-) 511 92 55

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE TEXTIL PARA EL HOGAR

Dirección: Refik Saydam Caddesi Muselles Apt. N° 133/2 Tepebasi

BEYOGLU-ISTANBUL

Tel: (0090-212-) 292 0404

Fax: (0090-212-) 292 23 04

E-mail: evteks@superonline.com

ASOCIACIÓN DE CONFECCIONISTAS

Dirección: Istanbul Tekstil Center, Ali Riza Gurcan Cad. Cirpici Yolu, N° 1 Kat 5.

MERTER-ISTANBUL

Tel: (0090-212-) 481 65 11

Fax (0090-21-)2 481 65 10

E-mail: tgsd@tgsd.org

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Web: www.tgsd.org

ASOCIACIÓN DE CONFECCIONISTAS DEL EGEO

Dirección: 747 Sok. N° 34 MTH Tekstilciler Sitesi Cambidi 35090

IZMIR-TURQUÍA

Tel: (0090-232-) 431 02 00

Fax: (0090-232-) 431 07 02

E-mail: ayfera@egsd.org.tr

Web: www.egsd.org.tr

RETAILING INSTITUTE

Dirección: Ali Nihat Tarlan Caddesi. Ertas Sk. N° 6/A 81110

İçerenköy-Istanbul

Tel: +90 216 572 90 07

Fax: +90 216 572 90 08

Persona de Contacto: Srta. Renan Burduroglu

E-mail: renan.burduroglu@retailing-institute.com

Web: www.retailing-institute.com

6. FERIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR TEXTIL CELEBRADAS ANUALMENTE EN TURQUÍA

ITSE'04

Fecha: marzo/ octubre

Lugar: CNR EXPO CENTER (YESILKÖY /ISTANBUL)

Organizadora: ITF-ISTANBUL FUARCILIK AS

Contacto: www.itf-exhibitions.com.tr

Sector: Tejidos.

MODA TEXTIL MAKINA EKIPMANLARI VE AKSESUARLARI

Fecha: marzo

Lugar: ANFA ALTINPARK EXPO CENTER AYDINLIKEVLER

Organizadora: YÖN FUAR. TAN. ORG. LTD. STI.

Sector: Moda textil/ Equipamiento para Maquinaria Textil/ Accesorios.

IF ISTANBUL HAZIR GIYIM-“READY TO WEAR FAIR”

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Fecha: agosto

Lugar: TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZI BEYLIKDÜZÜ /ISTANBUL

Organizadora: TÜYAP TÛM FUARCILIK YAPIM A. S.

Contacto: www.tuyap.com.tr

Sector: Productos confeccionados, moda “ready to wear”, accesorios, ropa interior

MUTEX 2004

Dirección: Mecidiyekoy Cad. No: 7 / 54 Mecidiyekoy SISLI-ISTANBUL

Tel: 0090 212 213 61 00 (pbx)

Fax: 0090 212 213 78 33 / 213 78 90 / 216 01 42

E-mail: fairs@musiad.org.tr

Sector: Feria de Textil y Prendas de Vestir

ITM 2004

Fecha: 1-6 junio 2004

Contacto: info@itm2004.com

Web: www.itm2004.com

Sector: Feria de maquinaria textil

7. FERIAS PREVISTAS PARA EL AÑO 2005

FABRIC 2005

Feria Internacional de Tejidos de Estambul

Fecha: 12-16 octubre 2005

Lugar: Estambul

Organizadora: Centro de Ferias y Convenciones TÜYAP-Estambul

Web: www.tuyap.com.tr

HIGHTEX 2005

Feria Internacional de Técnicas Textiles

Fecha: 13-16 julio 2005

Lugar: Centro de Ferias y Convenciones TÜYAP-Estambul

Web: www.hightex2005.com

IPLIK 2005

Feria Internacional de Hilados

Fecha: 2-6 febrero de 2005

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Edición: 3ª

Lugar: Centro de Ferias y Convenciones TÜYAP- Estambul

Organizadora: TÜYAP

Web: www.tuyap.com.tr

ÖRGÜ, NAKIS, ÇORAP, MAKINELERİ, YAN SANAYİLERİ VE KİMYASALLARI FUARI

Feria de Géneros de Punto, Bordados, Calcetines, Industria Accesoría Textil

Fecha: 2-6 febrero 2005

Edición: 22ª

Lugar: Centro de Ferias y Convenciones TÜYAP- Estambul

Organizadora: TÜYAP

Web: www.tuyap.com.tr

KONFEKSİYON MAKİNESİ 2005

Feria de Maquinaria Textil

Fecha: 1-5-junio 2005

Edición: 20ª

Lugar: Centro de Ferias y Convenciones TÜYAP- Estambul

Organizadora: TÜYAP

Web: www.tuyap.com.tr

8. REVISTAS ESPECIALIZADAS

MODA ÍNTIMA

AKTIV MEDYA ULUSLARARASI YAYINCILIK REKLAMCILIK VE TANITIM HİZMETLERİ LTD STİ

Tel: (0090-212-) 224 11 71/ 224 12 72

Fax: (0090-212-) 291 91 80

E-Mail: intima@modaintima.org

Web: www.modaintima.org

BUTİK

Tel: (0090-216-) 575 44 19-20

Fax: (0090-21-)6 575 44 24

E-Mail: magazabutik@ekonomiyayinlari.com

Web: www.ekonomiyayinlari.com

FASHION (İLETİSİM MAGAZİN GAZETESİ)

Tel: (0090-212-) 454 25 00

Fax: (0090-212-) 454 25 98

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

E-Mail: pbirtane@ihlas.net.tr

Web: www.img.com.tr

IDEAL MAGAZIN GAZETECILIK BASIM TANITIM A.S.

Tel: (0090- 212-) 454 25 20

Fax: (0090- 212-)454 25 55

E-Mail: mtatli@img.com.tr

MODA NOKTASI TANITIM VE YAYINCILIK SAN VE TIC LTD STI

Tel: (0090- 212-) 234 79 81

Fax: (0090- 212-) 234 79 84

E-Mail: info@modanoktasi.com

Web: www.modanoktasi.com

NOKTA BASI A. S.

Tel: (0090-212-) 281 99 16

Fax: (0090-212-) 270 01 23

E-mail: asli.maci@noktadergisi.com.tr

Web: www.noktadergisi.com.tr

PRIZMA

YAYINCILIK REKLAM AJANS HIZMETLERI

Tel: (0090-212-) 266 30 84

Fax: (0090-212-) 266 30 81

E-mail. tpar@mynet.com

SPORTS&JEANS WEAR

Tel: (0090-212-) 284 94 20

Fax: (0090-212-) 269 64 83

E-Mail: egun@ezgijajans.com

Web : www.sportsandjeanswear.com

T.K.A.M.

Tel: (0090-212-) 483 51 41

Fax: (0090-212-) 482 22 88

E-Mail: tkam@tkam.com

Web: www.tkam.com

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

TEKSTIL NONWOVEN

Teknik Fuarçılık ve Yayincılık Ltd.Sti

Tel: (0090-212-) 592 59 92

Fax: (0090-212-) 599 38 82

E-Mail: info@tekstilteknoloji.com.tr

Web: www.tekstilteknoloji.com.tr

9. BIBLIOGRAFÍA

- OFCOMES ESTAMBUL: Informe Económico y Comercial de Turquía.2004. Ed: ICEX
- OFCOMES ESTAMBUL: Guía País de Turquía . 2004. Ed: ICEX
- OFCOMES ESTAMBUL: Ficha País 2004. Ed: ICEX
- OFCOMES ESTAMBUL: Guía de Inversiones de Turquía 2004. Ed: ICEX
- T .C. BASBAKANLIK DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ (INSTITUTO TURCO DE ESTADÍSTICA): Turkey's Statistical Yearbook.2003. Ed: DIE
- ITKIB, (Unión de Exportadores de Textil y Confección de Turquía): Turkish Textile and Clothing Industry. 2003. ITKIB.
- CATALBAS, Ozden: The Turkish Clothing Industry. 2002. Ed: IGEME (Instituto Turco de Promoción Económica)
- CATALBAS, Ozden: The Turkish Textile and Apparel Sector. Ed: IGEME (Instituto Turco de Promoción a las Exportaciones). 2002.
- DREE : Le Marché Egéen du Textile et de la Confection .Agosto 2002. Ed : Embajada Francesa.
- SMID, Siemon: Textile, Apparel and Leather Sector in Turkey. Septiembre 2002. Ed: PWC Consulting
- EMERGING TEXTILES: *Textile sector in Turkey. Market Overview*. 2003. Ed: Emerging Textiles.
- TGSD (Turkish Clothing Manufacturers' Association): *Turkish Clothing Industry, HORIZON 2010*. 2003. Ed: TGSD
- ITF-Istanbul Trade Fairs: *Catálogo Ferial ITSE 2004*, (International Textile Industry Exhibition), Ed: CNR EXPO, Marzo 2004
- TUYAP FUARCILIK: *Catálogo Ferial IF 2004*, (International Istanbul Ready to Wear Fair). Agosto 2004. Ed: TÜYAP.
- TGSD: *Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yayindir*. (Revista sectorial de la Asociación de Confeccionistas de Turquía. Mayo 2004 Ed: TGSD
- TGSD: *Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yayindir*. (Revista sectorial de la Asociación de Confeccionistas de Turquía. Mayo 2004 Ed: TGSD
- TGSD: *Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yayindir*. (Revista sectorial de la Asociación de Confeccionistas de Turquía. Junio2004 Ed: TGSD

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

-TGSD: *Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yayindir.* (Revista sectorial de la Asociación de Confeccionistas de Turquía. Julio 2004 Ed: TGSD)

-TGSD: *Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yayindir.* (Revista sectorial de la Asociación de Confeccionistas de Turquía. Agosto 2004 Ed: TGSD)

ORGANISMOS CONTACTADOS

-ITKIB: Unión de Exportadores de Textil y Confección de Turquía.

-TGSD: Asociación de Confeccionistas de Turquía.

-EGSD: Asociación de Confeccionistas del Egeo.

-ISO: Cámara de Industria de Estambul: Comité Sectorial de la Industria de la Confección

-IGEME: Instituto Turco de Promoción a las Exportaciones.

-IRI: Istanbul Retailing Institute

-DIE: Instituto Turco de Estadísticas.

-TSE: Instituto Turco de Estandarización.

-ITF: Istanbul Trade Fairs (Organizadora Ferial)

-TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZI (Organizadora Ferial)

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

Páginas Españolas

www.mcx.es/estambul

www.icex.es

www.taric.es

Organismos Oficiales Turcos

www.mfa.gov.tr

www.foreigntrade.gov.tr

www.igeme.org.tr

Cámaras de Comercio y de Industria en Turquía

www.iso.org.tr

www.ito.org.tr

Asociaciones Sectoriales

www.itkib.org.tr

www.tgsd.org.tr

www.egsd.org.tr

www.deik.org.tr

EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN FEMENINA EN TURQUÍA

Portales de Textil y Confección

www.tad.com.tr

www.kotonline.com

www.ecompartners.com/iaf/tcma/apparel-manufacturing

www.turkishtextile.com

www.textilveren.org.tr

www.emergingtextiles.com

Prensa

www.turkishpress.com

www.turkishdailynews.com

www.tebanews.com.tr

www.dunyagazetesi.com.tr