

EL MERCADO HALAL EN TURQUÍA

Informe comercial elaborado por la
Embajada de la República Argentina en la
República de Turquía

Marzo de 2021



1. BREVE DESCRIPCION DEL MERCADO HALAL - GENERALIDADES

El término «halal» es un término árabe que significa «permitido» o «lícito». En términos generales, se refiere a todo tipo de alimentos excepto los derivados de animales prohibidos como cerdos, perros, depredadores o carroñeros. En los países que exportan productos alimentarios al mundo musulmán, la certificación halal se ha convertido en un componente necesario y, por supuesto, lucrativo, del comercio internacional.

El rápido aumento de la población musulmana, la conciencia de la necesidad de alimentos halal entre los musulmanes y el aumento de los ingresos de dicho grupo contribuyen al potencial de consumo de productos halal. Turquía se encuentra al comienzo del camino en el sector de alimentos halal y todavía no ha alcanzado los niveles deseados.

Tradicionalmente, se consideraba que lo halal solamente se refería a la carne y las aves, especialmente en lo relativo al método de sacrificio. En los últimos tiempos, el concepto se ha ampliado hasta incluir alimentos no cárnicos tales como los productos lácteos, productos de panadería y confitería, tentempiés, productos de pastelería, platos precocinados y otros productos de alimentos y bebidas elaboradas. El proceso halal es un proceso «del campo a la mesa» y es necesario cumplir con los requisitos a lo largo de toda la cadena de suministro. Para mantener y demostrar la integridad halal son importantes algunos aspectos tales como el almacenamiento, el transporte y la logística.

El significado del término halal en Turquía ha cambiado en los últimos años. Anteriormente, tenía un doble significado: el animal debe ser sacrificado de acuerdo a las normas impuestas por el Islam y cualquier tipo de ganancia material se debía haber generado de forma merecida. Actualmente, el significado de halal se ha ampliado al consumo de productos sanos y beneficiosos para la salud, con el fin de cuidar el cuerpo, que se considera un bien prestado, según el Islam.

En los últimos años, lo halal se ha convertido en un potente parámetro de mercado que sigue evolucionando en los diferentes subsectores de la cadena de suministro de alimentos, y se ha ampliado a las industrias asociadas, incluidas la de los productos cosméticos y de cuidado personal, los productos farmacéuticos, los viajes y la hostelería, y los mercados relacionados con los estilos de vida, tales como el de la moda y los medios de comunicación.

El hecho de que el concepto de halal englobe las características de salud, higiene y calidad en todas las etapas de la producción del producto hasta que llega al consumidor, es un indicador de que la conciencia en este campo está ganando impulso.

Los avances tecnológicos en la producción de alimentos halal han provocado un gran aumento de los alimentos elaborados. En el sector halal, esto ha generado la necesidad de ampliar el alcance de las normas y la certificación más allá del proceso de sacrificio para abarcar el ámbito de la elaboración de alimentos, los microingredientes y los aditivos.

2. CONSUMIDORES DE PRODUCTOS HALAL

Los mercados halal no son similares en todos los países o regiones. Cada mercado presenta diferencias por el origen étnico, la ubicación, los ingresos, y otros factores determinantes.

La mayoría de los consumidores halal “naturales” en Turquía no son conscientes de la existencia de alimentos no halal. En términos generales, se pueden clasificar dos perfiles que segmentan y polarizan a la población turca:

- Conservador / Religioso
- Liberal / Laico

El 99% de la población turca se considera musulmana.

3. LA CERTIFICACION HALAL

Aún no se ha formado un idioma común entre los países musulmanes respecto de la certificación halal. Esta estructura dispersa de las prácticas de certificación halal sienta las bases para las barreras técnicas al comercio. Con la aceleración del comercio halal global, la existencia de varios estándares y esquemas de certificación halal allanan el camino para evitar dichos inconvenientes.

En Turquía, la certificación halal se realiza desde 2005 a través de determinadas asociaciones. A partir del 14 de julio de 2011, el Instituto Turco de Normas (TSE) comenzó a aceptar las solicitudes de "Certificación de Alimentos Halal" de las empresas. Además del TSE, muchas organizaciones emiten certificados halal, como la “Asociación de Investigación de Certificación e Inspección de Alimentos y Necesidades (GIMDES)”, “Halalder”, “Asociación Mundial Halal”, y otras. Estas organizaciones están acreditadas ante diferentes organizaciones internacionales, y no todas las organizaciones o acreditaciones son reconocidas por el gobierno de cada país. Por este motivo, se estableció en noviembre de 2018 “La Agencia de Acreditación Halal (HAK)”, afiliada al Ministerio de Comercio, para asegurar que estos organismos operen de acuerdo con las normas nacionales o internacionales, y para asegurar la aceptación de los documentos que emiten en el ámbito nacional e internacional.

a- Agencia de Acreditación Halal (HAK)

En 2018, la Agencia de Acreditación Halal (HAK) - (www.hak.gov.tr), se estableció como única institución autorizada para acreditar organismos de evaluación de la conformidad halal en Turquía. Tiene como objetivo representar a Turquía en las plataformas internacionales en lo que respecta a la acreditación halal.

HAK, establecida con un decreto presidencial, tiene como función fortalecer la posición central de Turquía en el campo de la certificación y acreditación halal. La agencia, en forma de entidad pública, es responsable de acreditar a las instituciones de evaluación halal y garantizar que sus operaciones cumplan con los estándares nacionales e internacionales. HAK también asegura el reconocimiento de los documentos preparados por las instituciones de evaluación del cumplimiento halal en plataformas nacionales e internacionales.

La agencia también ofrece servicios de acreditación halal para empresas de auditoría de cumplimiento halal dentro y fuera de Turquía, así como también determina e implementa puntos de referencia y medidas con respecto a la acreditación halal. La agencia representa a Turquía en asociaciones y organizaciones de acreditación regionales e internacionales. También está habilitada a formar parte de sus juntas directivas.

HAK de Turquía firma acuerdos bilaterales y multilaterales, y establece redes y relaciones con otros organismos de acreditación halal en todo el mundo. La agencia también lleva a cabo las encuestas científicas y técnicas necesarias sobre la acreditación halal y organiza eventos para aumentar su importancia. Últimamente Turquía firmó un ‘Acuerdo de Cooperación para la Certificación Halal’ con Azerbaiyán.

HAK posee una junta como mecanismo de toma de decisiones, conformada por cinco miembros, un consejo asesor y una secretaría general. El directorio está integrado por un total de cinco miembros (el presidente y cuatro miembros adicionales). Los miembros de la junta directiva cumplen funciones durante tres años. Los miembros de la junta directiva pueden ser reelegidos una vez que expiran sus mandatos.

b-Organismos que otorgan a empresas locales y extranjeras la certificación Halal

Los organismos independientes GIMDES y HEDEM que se reseñarán más adelante en el presente acápite ofrecen el mismo servicio que TSE, pero GIMDES tiene la distinción adicional de ser una organización reconocida por el Consejo Halal Mundial.

1. Instituto de Estándares de Turquía (TSE) - www.tse.org.tr

El principal órgano responsable de otorgar a las empresas extranjeras la certificación halal en importaciones de alimentos es el Instituto de Estándares de Turquía (“Turkish Standards Institution (TSE)”). Este debería ser el primer puerto de escala de todos los exportadores de alimentos si buscan entrar en el mercado turco.

El Instituto de Estándares de Turquía sigue los estándares para la certificación Halal de la Organización para la Cooperación Islámica (OIC)” y del Instituto de Normas y Metrología de Países Islámicos (Standards and Metrology Institute for Islamic Countries -SMIIC). El SMIIC ha publicado 3 estándares: “Reglas Generales para Alimentación Halal”, “Directrices para las Organizaciones que proveen certificaciones Halal” y “Directrices para el Organismo de acreditación Halal que acredita a otros Organismos certificadores” que han sido adoptados bajo la nomenclatura “OIC / SMIIC 1: 2019”, “OIC/SMIIC 2: 2019” y “OIC/SMIIC 3: 2019” y que han sido aceptados por los países miembros (42 países).

El estándar OIC / SMIIC 1: 11 (publicado en el año 2011 con la aprobación de 16 países miembros en el mismo año) "Reglas generales para alimentos halal" fue publicado por SMIIC en julio de 2019; y fue aceptado y publicado como el estándar turco (TS OIC / SMIIC 1: 2019) por el Instituto de Estándares de Turquía el 30 de septiembre de 2019.

Certificados otorgados dentro del alcance de la Certificación Halal:

- Certificación de alimentos halal
- Certificación de servicio halal

Los productos y servicios sujetos a certificación Halal por parte del TSE se listan a continuación:

- | | |
|---|--|
| 1. . Carne y productos cárnicos | 15. . Pescado y productos pesqueros |
| 2. . Leche y productos lácteos | 16. . Agua |
| 3. . Huevos y derivados | 17. . Otros |
| 4. . Cereales y derivados | 18. .Cacao y productos de cacao, |
| 5. . Aceites y grasas animales | 19. Té y productos de té, |
| 6. . Frutas, hortalizas y derivados | 20. Café y productos de café, |
| 7. .Azúcar y productos de repostería | 21. Semillas oleaginosas, |
| 8. . Bebidas y refrescos | 22. Especies y condimentos, |
| 9. . Miel y derivados | 23. Alimentos para fines nutricionales especiales. |
| 10. . Suplementos dietéticos | 24. Almidón y productos de almidón, |
| 11. . Aditivos alimentarios | 25. Comidas preparadas |
| 12. . Enzimas | |
| 13. . Microorganismos | |
| 14. .Servicio de alimentación y locales | |

A continuación, se adjunta el logo Halal emitido por el Instituto de Estándares de Turquía:



El formulario de solicitud debe ser completado para la certificación. Es posible realizar la aplicación en línea. Toda la información requerida se encuentra en el siguiente enlace: www.tse.org.tr. Después de la evaluación de las condiciones, la solicitud puede ser aceptada o no. Si los documentos suministrados son suficientes y la evaluación es positiva, se hace la planificación para la auditoría.

El importador también puede recurrir a la Oficina de Representación en su país o presentar la solicitud en línea en a través de la página oficial de TSE.

Información de contacto:

TSE – Dirección de Certificación Halal

Dirección: Necatibey Cad. No: 112 06100 Bakanlıklar

Tel: (+90 312) 416 66 47

Fax: (+90 312) 416 67 33

Persona de Contacto: Sra. Tuğba Daysaloğlu (tdaysaloglu@tse.org.tr)

Correo electrónico: Persona de Contacto: Sra. Burcak Sungu (bsungu@tse.org.tr)

Persona de Contacto: Muhammet Özhan Gündüz (ogunduz@tse.org.tr)

Auditoría de certificación

En dicho proceso, intervienen los siguientes agentes:

Experto técnico: competente para poder auditar de acuerdo con Halal Food Standard.

Equipo de auditoría: grupos de expertos técnicos que tienen un nivel adecuado de conocimiento y experiencia sobre el producto y la producción en relación con el proceso de producción y la certificación.

Experto religioso: Dependiendo de las condiciones, la Autoridad de Certificación de Producto puede determinar a un experto religioso como miembro del equipo de auditoría.

2. Asociación para la Inspección y Certificación de Alimentos y Proveedores (GIMDES) –www.gimdes.org; www.halalcertificationturkey.com

GIMDES, creada en 2005, es una organización no gubernamental que pertenece al World Halal Council (WHC), del que forman parte veinticuatro organizaciones internacionales. GIMDES tiene por objetivo concientizar a la población turca sobre la necesidad de consumir productos sanos y saludables, para lo cual ofrece un servicio de

certificación halal para productores locales y empresas extranjeras, además de realizar seminarios de formación y contar con su propia cadena de distribución minorista de productos Halal, denominada *Halal Dünya Marketleri* (Mercados Mundo Halal).

GIMDES comenzó a otorgar certificaciones en 2010, por lo que es el organismo certificador más antiguo existente en Turquía. Hasta la fecha se ha certificado a muchas empresas en las siguientes categorías:

1. Harinas
2. Aditivos para masas y panes
3. Fermentos base
4. Carnes blancas
5. Carnes rojas
6. Procesadoras cárnicas
7. Aditivos
8. Productos lácteos y aditivos para quesos
9. Salsas
10. Aceites
11. Especias
12. Helva y delicias turcas
13. Almidones y jarabes de glucosa/fructosa
14. Helados
15. Frutos secos
16. Levaduras
- 17.. Pasta
- 18.. Miel
- 19.. Cosméticos, limpieza e higiene personal
- 20.. Huevos
21. Aceitunas
22. Té
23. Zumos de fruta
24. Aguas
25. Legumbres
26. Çig Köfte (una tapa tradicional)
27. Otros

La asociación publica el magazine mensual *Gimdes*, con información relativa al mercado Halal en Turquía.



3. Centro de Inspección y Certificación Halal (HEDEM)

El Centro de Inspección y Certificación Halal (HEDEM - www.helaldenetim.com) es una organización de un perfil más académico que las anteriores, fundada en 2010 y miembro integrante de la “Alianza Internacional de Integridad Halal” (International Halal Integrity Alliance – IHI (www.ihialliance.org)).

Además de otorgar certificaciones Halal, centra sus esfuerzos en la organización de actividades formativas en centros educativos para concientizar a la población más joven.

El complejo proceso de certificación aplicado por HEDEM implica los análisis de tres laboratorios independientes, así como la aprobación de diversos tribunales o comités que constituyen la cadena de aprobación necesaria para la obtención del certificado Halal.

Para obtener el certificado se debe ingresar a la página de Internet anteriormente mencionada.

OIC / SMIIC 1 DIRECTRICES GENERALES SOBRE LA ALIMENTACIÓN HALAL

Normas SMIIC de la Organización de Cooperación Islámica (OIC)

- OIC / SMIIC 24: 2020: Requisitos Generales para los Aditivos Alimentarios y otros Productos Químicos Añadidos a los Alimentos Halal
- OIC / SMIIC 1: 2019: Requisitos generales para la comida halal
- OIC / SMIIC 2: 2019: Evaluación de la conformidad: requisitos para los organismos que proporcionan la certificación Halal

- OIC / SMIIC 3: 2019: Evaluación de la conformidad: requisitos para los organismos de acreditación Halal que acreditan organismos de evaluación de la conformidad Halal
- OIC / SMIIC 4: 2018: Cosméticos Halal - Requisitos generales

Cabe señalar que el volumen de comercio certificado halal puede aumentarse reduciendo las barreras técnicas al comercio mediante el aumento de la eficacia de los estándares OIC / SMIIC, que fueron preparados con las contribuciones de los Estados miembros de la OIC, y la realización de un esquema de acreditación armonizado.

Para los tipos de alimentos, se utilizan listas de verificación de certificación teniendo en cuenta las normas estándares, las normas de calidad de referencia y las normas legales. En la norma, las Reglas Islámicas se refieren a las reglas y creencias comúnmente aceptadas del Islam, independientemente de las variaciones en los diferentes países.¹

Dado el hecho de que los alimentos no seguros no serían considerados halal, los estándares de calidad, incluyendo la seguridad de los alimentos y la trazabilidad son requisitos previos.

Normas de referencia: S- CODEX STAN 1, Norma general para el etiquetado de los alimentos preenvasados, - CAC / RCP 1, Código de prácticas internacionales recomendadas sobre los principios generales de higiene de los alimentos, - CAC / RCP 58, Código de prácticas higiénicas para la carne, - ISO 22000 , Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos - Requisitos para cualquier organización de la cadena alimentaria, - ISO 22005, Trazabilidad en la cadena alimentaria y alimentaria - Principios generales y requisitos básicos para el diseño e implementación de sistemas.

Los organismos genéticamente modificados (OGM) o los ingredientes o productos que contengan OMG no deberán fabricarse mediante el uso de material genético que no sea halal. Los aditivos alimentarios se consideran alimentos. Los aditivos alimentarios derivados de ingredientes no halal no son halal. Cuando la carpeta de auditoría se ha completado, se envía al comité de decisión de certificación. Se discuten todas las condiciones y sólo con pleno consenso la certificación se aprueba.

4. COMO INGRESAR AL MERCADO TURCO

Turquía es un mercado grande, en crecimiento, joven y urbano. La situación económica lleva el país a una continua importación de productos, para satisfacer la amplia y creciente demanda.

Su estratégica ubicación entre Europa y Asia, y la alta demanda de productos en mercados internacionales hacen de Turquía un mercado atractivo para los países que

¹ Las diferentes normas y sistemas de certificación halal a nivel mundial a veces aparecen como un obstáculo. La forma de incrementar la confiabilidad y validez de estos documentos es hacer prevalecer un mecanismo de acreditación armonizado.

buscan diversificar sus exportaciones. Tiene acceso directo a Asia Central, la Unión Europea, Medio Oriente, Rusia y al Mar Negro, Azerbaiyán, Bulgaria, Georgia, Grecia, Irán, Iraq y Siria, lo que lo ha convertido en un lugar estratégico para los negocios internacionales.

El factor demográfico que hace el mercado musulmán especialmente atractivo para una gran variedad de empresas es su población eminentemente joven, especialmente en el caso de Turquía, que representa una emergente clase media en el camino hacia un mayor consumo.

A pesar de que es habitual considerar el mercado musulmán como un único ente a la hora de hablar del mercado halal, hay que puntualizar que las diferentes ramas existentes dentro del Islam tienen un impacto a la hora de fijar los estándares de aplicación halal, puesto que cada rama sugiere una interpretación distinta de las normas islámicas, además de las diferencias culturales inherentes a cada país. A pesar de que comparten el denominador común de sus creencias, cada país o incluso región tiene sus propios matices culturales, regionales o locales, preferencias y prácticas. La creciente reputación por tratarse de productos seguros, saludables y respetuosos con el bienestar de los animales hace también a otros grupos de consumidores no musulmanes buscar productos halal, tal como sucede en nuestro ámbito con el universo de productos orgánicos.

Las empresas multinacionales ya han comprendido la gran oportunidad que representa el consumidor musulmán. La mejor forma de introducirse en el país es establecer *joint-ventures* con fabricantes locales y/o inversión directa.

La Feria ‘World Food Istanbul’ que se realiza cada año es también una buena oportunidad para ofrecer productos halal en el mercado turco.

Datos de contacto:

‘World Food Istanbul 2021’

Tel: (+90 212) 291 83 10, (+90 212) 970 83 96

Correo electrónico: semi.benbanaste@hyve.group

kivanc.ugur@hyve.group

Web: <https://worldfood-istanbul.com>

El potencial del mercado halal total en Turquía se estima más de 360 mil millones de dólares. En 30 de las 81 provincias del país se implementa el proyecto “World Halal Market”, con 45 sucursales.

En términos de empresas certificadas, a la fecha más de 500 empresas disponen del certificado para producir por lo menos 15 mil tipos de productos halal .

La medida de la oferta local se basa en el análisis de las certificaciones otorgadas por las organizaciones competentes en Turquía (como Gimdes, Hedem y TSE), en el que se aprecia un predominio de empresas de harinas de trigo e ingredientes para panadería, seguidas de los productos lácteos y cárnicos.

El producto halal, tras la importación, se comercializa exactamente en las mismas condiciones que cualquier otro producto. En el caso de un producto de importación, el inspector del organismo pertinente deberá desplazarse al país de exportación para inspeccionar que la empresa exportadora cumpla todos sus requisitos y una vez validado el proceso, el importador puede recoger y utilizar las etiquetas con el logo halal para el producto importado.

Cada producto alimenticio antes de ingresar al mercado debe ser etiquetado de forma clara, completa y precisa en el idioma turco. Un alimento importado puede llegar en su paquete original, sin embargo, una "etiqueta" permanente, en turco, deberá ser colocada sobre el embalaje antes de su comercialización.

5. CANALES DE DISTRIBUCION

IMPORTADORES: Venden el producto al por mayor, a través de distribuidores mayoristas o de sus propios distribuidores locales en las principales ciudades del país (Istanbul, Izmir, Ankara, Antalya, Bursa, Samsun, Adana, Gaziantep, Kayseri, Konya). También venden de forma directa a las cadenas de retail y mercados tradicionales.

CANAL MAYORISTA: Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios:

- a. mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor a otras empresas que los adquieren para revenderlos)
- b. detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes al consumidor final).

CANAL MINORISTA: Detallistas o minoristas. Las cadenas de retail principales con cobertura nacional son: Bim, A101, SOK, Migros, Macro Center y Carrefour.

MERCADOS TRADICIONALES: Este canal se separa del minorista debido a la gran cantidad de mercados tradicionales existentes por todo el país y ampliamente utilizados por los consumidores turcos. Para los productos alimentarios, las condiciones de conservación del producto una vez expuesto son limitadas. Los precios en este canal son ligeramente inferiores a las cadenas de retail del canal minorista.

6. SECTORES POTENCIALES PARA ARGENTINA

Es obvio que existe una estructura fragmentada entre los países musulmanes con respecto a los documentos halal que se obtendrán a través del cumplimiento de los requisitos relevantes.

Con respecto a la carne, a pesar del aumento de la demanda interna, Turquía ha implementado una política de desincentivación de las importaciones de ganado bovino y

productos derivados, a través del establecimiento de elevadas tarifas aduaneras y la no conclusión de las negociaciones de los certificados sanitarios correspondientes, política destinada a la protección de la producción local.

Como consecuencia frente a dicha situación, la Argentina ha intentado negociar directamente la exportación de ganado bovino en pie. No obstante, hasta la fecha no se ha acordado el correspondiente certificado veterinario debido a demoras turcas que han sido considerado por SENASA como meros pretextos, dado que Turquía sí importa ganado bovino de Brasil y Uruguay, países que se encuentran en similares condiciones sanitarias a nuestro país.

Existen mayores oportunidades para la Argentina en los sectores de productos lácteos, harina, mariscos, cereales, aceites vegetales y grasa animal, aditivos, bebidas no alcohólicas, frutas, vegetales, semillas oleaginosas, miel y sus derivados.

7. PRINCIPALES IMPORTADORES

ALFARM ALARKO LEROY (Sector acuicultura)

Dirección: Atatürk Mah. Girne Cad. No:33, 34758 K.Bakkalköy, Ataşehir, İstanbul

Tel: (+90 216) 629 06 84 - 85

Fax: (+90 216) 629 06 86

Correo electrónico: info@leroy.com.tr

Web: www.leroy.com.tr

BALARISI GIDA SAN. VE TIC. A.Ş. (Miel y sus derivados)

Dirección: 1 Org. San. Böl. 248. Ada 3. Parsel 5.Cad. No: 3 Beyköy/Düzce

Tel:(+90 380) 553 7200

Fax: (+90 380) 553 7100

Correo electrónico: info@balarisi.com.tr

Web: <https://balarisi.com.tr>

DURU BAKLIYAT (Cereales)

Dirección: Organize Sanayi Bölgesi 3.Cadde No:50 KARAMAN / TÜRKİYE

Tel: (+90 338) 224 10 81 (4 Hat)

Fax: (+90 338) 224 10 85

Correo electrónico: duru@durubulgur.com

Web: www.durubulgur.com

KERVAN SÜT ÜRÜNLERİ GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ (Productos lácteos)

Dirección:3. Organize Sanayi Bölgesi Söğütlü / Sakarya

Tel: (+90 264) 681 46 95

Fax: (+90 264) 681 46 98

Correo electrónico: info@kervan.com.tr

Web: www.kervan.com.tr

KOÇAK FARMA (Farmaceúticos)

Dirección: Mahmutbey Mah. 2477 Sok. No:23 ,34218 Bağcılar - İSTANBUL
Tel: (+90 212) 410 39 50
Fax: (+90 212) 447 61 63
Correo electrónico: info@kocakfarma.com
Web: www.kocakfarma.com

KOSKA (Tahina, mermelada, melaza, confitería, halva)

Dirección: Cihangir Mahallesi Şehit J.Kom.Onbaşı Ayhan Arslan Sok No:2 Ambarlı
Kavşağı 34310, Avcılar - İstanbul
Tel: (+90 212) 456 61 00
Correo electrónico: koska.tr@koska.com
Web: <https://koska.com>

KÜÇÜKBAY YAĞ VE DETERJAN SAN. A.Ş. (Aceite Vegetal)

Dirección: Ankara Cad. No: 102, Bornova, İzmir
Tel: (+90 232) 388 25 57 Fax: (+90 232) 388 37 92
Correo electrónico: info@orkide.com
Web: www.orkide.com.tr

MEYSU GIDA SAN. VE TİC. A.Ş. (Bebidas no alcohólicas)

Dirección: Organize Sanayi Bolgesi 16. Cadde No: 4 -38070- Kayseri
Tel: (+90 352) 321 21 00 (Pbx)
Fax: (+90 352)3212104
Correo electrónico: info@meysu.com.tr
Web: www.meysu.com.tr

ULUSOY UN (Harina)

Dirección: Şabanoğlu Mah. Atatürk Bulvarı No:180/1 Tekkeköy 55300, Samsun
Tel: (+90 362) 266 9090
Fax: (+90 362) 266 9094
Correo electrónico: yatirimci@ulusoyun.com.tr
Web: www.ulusoyun.com.tr

VERA KOZMETİK (Cosmética)

Dirección: Merter Keresteciler Sit. Kiraz Sokak No:7/1, (Güden Han) 34169 Güngören, İstanbul
Tel: (+90 212) 637 4140, (+90 212) 637 2487
Fax: (+90 212) 637 1618
Correo electrónico: info@verakozmetik.com
Web: www.verakozmetik.com



Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina en la República de Turquía

<http://eturq.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

