

INTERNACIONALIZACIÓN | REPÚBLICA DE AZERBAIYÁN

Azerbaiyán busca a las firmas españolas para desarrollarse

Para reducir su dependencia del petróleo, el país asiático fomenta la inversión de nuestras compañías que tienen una amplia **experiencia** en el desarrollo de infraestructuras y turismo.

C. Valente, Madrid

La República de Azerbaiyán tiene una posición geoestratégica, cuenta con numerosos recursos naturales y, además, fomenta el crecimiento de las firmas españolas. Prueba de ello es que hasta 2015 fue el principal patrocinador del Atlético de Madrid. Esta relación, que se reflejó en el frontal de las camisetas rojiblancas durante tres temporadas bajo el lema *Azerbaiyán, Land of fire*, estuvo respaldada por la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Su principal objetivo era buscar oportunidades de negocio para ambos países.

Para compensar la caída del precio del petróleo y reducir su dependencia, que supone más del 90% de sus exportaciones y casi un 60% del PIB, el Gobierno azerbaiyano pretende liberalizar su economía y abrirse hacia otros sectores. El Ejecutivo de Ilham Aliyev busca modernizar sus infraestructuras, mejorar el transporte público y potenciar el turismo. Para ello, necesita la experiencia de las firmas españolas en la construcción de carreteras, aeropuertos, hospitales y edificios residenciales y comerciales.

Asimismo, requiere su conocimiento para atraer más visitantes. De hecho, procura replicar el modelo español de paradores. Su objetivo es reconvertir viviendas y bloques antiguos en hoteles y restaurantes.

Respecto a las comunicaciones, la exrepública soviética quiere mejorar sus conexiones con Turquía, de forma que se potencien las relaciones comerciales entre sus puertos con salida al mar Mediterráneo y el de Bakú (capital de Azerbaiyán), el más importante de la región del Caspio.



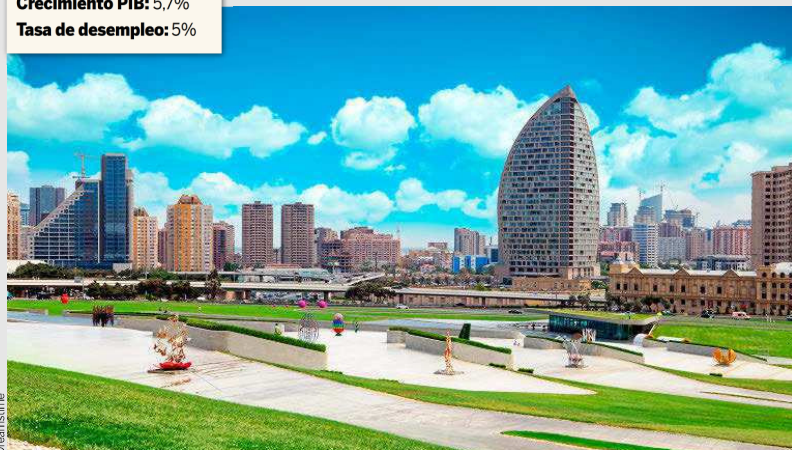
Población: 9,3 mill/ hab.
PIB: 56.589 millones €
PIB p. cápita: 6.057 €
Crecimiento PIB: 5,7%
Tasa de desempleo: 5%

► **Sectores de oportunidad:** construcción, energía, telecomunicaciones, transporte, infraestructuras, agua y medio ambiente.

► Es uno de los principales **productores de hidrocarburos** del mundo por los yacimientos que posee en el Mar Caspio. Allí cuenta con un gran centro logístico.

► La mayor parte de los **suministros de energía** de la UE proceden de Azerbaiyán. De hecho, a partir de 2018 el país transportará 6 millones de metros cúbicos de gas a Turquía y 10 millones a Italia.

► Reino Unido, Turquía, Noruega, Rusia, Irán y Suecia son sus principales **socios comerciales**.



Vistas del centro de Bakú, la capital de la República de Azerbaiyán.

Hacer negocios en esta República es relativamente fácil, ya que ocupa el puesto 63 de los 189 Estados que recoge el ránking *Doing Business 2016*, elaborado por el Banco Mundial. Abrir una compañía es todavía más sencillo. Según el mismo estudio, el país asiático se posiciona

en el séptimo lugar. Crear una empresa tarda entre tres y cinco días. Las formas jurídicas preferidas por los inversores extranjeros son la Sociedad Limitada y la Anónima, aunque destaca la primera porque no exige un capital mínimo ni un número determinado de socios. No obs-

tante, la segunda opción requiere una aportación de entre 2.300 y 4.600 euros. En materia fiscal, el país también resulta atractivo. Los empresarios españoles sólo tendrán que tributar un 20%, frente al 25% que pagan en nuestro país.

El director general puede ser residente o extranjero. Sin embargo, si la compañía pretende contratar a personal procedente mayoritariamente de fuera necesita solicitar un permiso. De lo contrario, podría recibir una multa de hasta 34.500 euros.



Antonio Fagundo, director general de Masaltos.com.

Masaltos: "Es difícil negociar con los azerbaiyanos por el idioma"

La **zapatería** sevillana 'Masaltos.com', especializada en poner alzas a los zapatos para aumentar la estatura de las personas, consiguió comercializar sus productos en Azerbaiyán desde que en 2011 decidió traducir su página web al ruso. "Es difícil negociar con las empresas azerbaiyanas debido a la barrera idiomática", revela su director general, Anto-

nio Fagundo, quien indica, además, que "las compañías, en raras ocasiones, cogen el teléfono o responden a un correo electrónico". El directivo aconseja desplazarse al país e intentar establecer relaciones sobre el terreno. Para agilizar las entregas de los pedidos, Fagundo recomienda también firmar acuerdos con organizaciones de transporte locales.

Diplomacia

Para concertar una reunión es necesario enviar una carta de presentación exponiendo a la empresa el motivo de la visita. Es importante tener la traducción al azerbaiyano para que ellos la comprendan y destaquen tal delicadeza. Hay que seguir ciertas normas de protocolo, como tener cortesía durante las negociaciones.

Próxima semana:
 Jordania