

[Números](#) > [Número 08 \(junio-diciembre de 2009\)](#) >

TÜSIAD vs. MÜSIAD y Holdings sufíes, ¿la fractura entre laicismo e islamismo en el terreno económico turco?

Olga Aymerich[*]

Resumen

El siguiente artículo hace un acercamiento a las principales asociaciones empresariales turcas MÜSIAD y TÜSIAD, así como a los holdings sufíes, para analizar tanto su estructura interna y composición como su influencia dentro del país, sus puntos de soporte y estrategias de expansión. Asimismo, se pone especial interés en la posición de estas asociaciones empresariales acerca la posible futura integración de Turquía en la Unión Europea, analizando el porqué de su postura.

Abstract

The following article approaches the main Turkish business associations MÜSIAD and TÜSIAD, as well as the Sufic holdings. Firstly, it analyses their internal structure, composition and influence in Turkey. Secondly, it assesses their supporters and expansion plans. Furthermore, the article highlights the point of view of these associations towards the possible Turkish integration into the European Union and the reasons of their position.

En Turquía, la característica fundamental en que se basó el desarrollo del sector privado turco fue la estrecha relación entre el estado y el mundo empresarial. Ayudó a consolidar esta relación el modelo de desarrollo turco que, desde los años 30 y hasta la década de los 80, se centró en un elevado intervencionismo y un alto grado de proteccionismo. Las grandes empresas, reunidas en torno a la asociación empresarial TÜSIAD (*Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği* / Asociación Turca de industriales y hombres de negocios), fueron las mayores beneficiadas de esta situación a causa de las relaciones de clientelismo que establecieron con el Estado [1]. Esta asociación, TÜSIAD, ha recibido el soporte del ejército en su evolución histórica, así como de los partidos seculares de tradición kemalista.

No fue hasta los años 80, de manos de Özal, cuando el neoliberalismo entró en Turquía, con la apertura del país al exterior, pasando las pequeñas y medianas empresas a ocupar una posición fundamental, asociadas en torno la patronal empresarial MÜSIAD (*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği* / Asociación Independiente de Industriales y hombres de negocio) [2]. A pesar de esto, TÜSIAD mantuvo su posición privilegiada hasta 1996 cuando, con la llegada de los islamistas de Erbakan al poder, empezó a ver disminuir su capacidad de dominio. Las condiciones ventajosas de que gozaban anteriormente pasaron, con el nuevo gobierno, a manos de MÜSIAD, representante de las PYME de Anatolia central y que además, cuenta con un marcado carácter islámico de base como lazo entre sus miembros [3].

Las empresas que forman MÜSIAD tuvieron no sólo el soporte de Özal en una primera fase, si no la de los partidos islamistas posteriormente. También establecieron un claro vínculo con

los holdings sufíes, grupos de empresas propiedad de comunidades religiosas, de los que recibieron financiamiento a través de los ÖFK (*Özel Finans Kurumları*), otramente denominados bancos islámicos.

Este vínculo se hace patente cuando vemos, por ejemplo, la evolución de los dos primeros ÖFK turcos, creados en 1985: el Faysal Finans y el Al Baraka Türk, subsidiarios de dos importantes grupos saudíes. Un ejemplo de esta relación, fue la venta en 1998 del Faysal Finans al Holding Kombassan, que a su vez lo cedió al Ülker Group, un gigante agro-alimentario. Tanto el Holding Kombassan como el Ülker Group forman parte de MÜSIAD [4].

Son estas dos asociaciones empresariales, TÜSIAD y MÜSIAD las que aún hoy juegan el papel más significativo en la economía turca. Cabe, sin embargo, no menospreciar la presencia de los distintos holdings sufíes, que a pesar de no estar constituidos legalmente como asociaciones empresariales, resultan piezas clave en los sectores de la banca y los medios de comunicación.

TÜSIAD

Tal como se ha comentado, las mayores beneficiadas del intervencionismo económico estatal fueron las grandes empresas, que consolidaron así su posición e influencia. Des de la década de los 30, el fin último del Estado fue la modernización del país en situación de atraso industrial. Para lograrlo, el Estado confió en estas grandes empresas y no en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) [5]. De este modo, como nos revela Ayşe Buğra, *el desarrollo de PYMEs se descuidó, y los negocios económicamente importantes se institucionalizaron alrededor de la estructura de grandes holdings diversificados* [6], situación que se mantuvo hasta la década de los 90.

Fue la unión de este reducido grupo de holdings lo que dio lugar al nacimiento de la asociación empresarial TÜSIAD, al principio de la década de los 70. A partir de ese momento y hasta hoy en día, TÜSIAD se convirtió en la asociación de empresas turca de mayor peso. Un ejemplo de ello, las empresas que la forman suponen el 50% del total de las exportaciones del país [7].

Para dar un perfil de la asociación, los integrantes de TÜSIAD son grandes firmas, por lo que el número de sus miembros es relativamente bajo –alrededor de 450 compañías [8]-. Otra característica de TÜSIAD es la notable concentración geográfica de las empresas que la forman, centrada en Estambul y las ciudades adyacentes de la región del Marmara. Con lo que respeta a la identidad de TÜSIAD, esta es una clara defensora de la versión tuca del estado secular.

Para Buğra, *estamos hablando de un grupo elitista, no solo en virtud de su número reducido, grandes medidas y concentración geográfica de sus empresas (...) también por su background socio-cultural* [9]. Su objetivo no es otro que conservar y, a ser posible, mejorar el estatus social de la burguesía creada a través de relaciones de clientelismo con el antiguo Estado de orientación kemalista [10]. Del mismo modo Önis y Türem, consideran que TÜSIAD *es particularmente elitista en la concepción que tiene sobre su papel como institución líder de la sociedad civil (...) sus miembros utilizan su posición social como fuente para la acumulación de capital* [11].

Las características económicas, sociales y políticas del modelo de desarrollo económico y social europeo pueden servir para ilustrar la posición de TÜSIAD. El modelo europeo, se centra en un sistema de libre mercado regulado, en mayor o menor medida, por instituciones del Estado [12].

Tal como se ha expuesto, los holdings que formaron TÜSIAD se beneficiaron de un Estado altamente centralizado, posición defendida también por el estamento militar. De hecho, con la creación de OYAK (*Ordu Yardımlaşma Kurumu* / Fondo de Pensiones de las Fuerzas Armadas), el ejército pasó a ser un importante actor económico altamente interrelacionado con grandes empresas de negocios integrantes de TÜSIAD [13].

Por lo que respecta a la integración de Turquía en la UE, TÜSIAD se ha posicionado completamente a favor y ha favorecido, también, el comercio con otros mercados exteriores como el de Estados Unidos, India o Rusia [14].

MÜSIAD

MÜSIAD fue fundada en el último eslabón del desarrollo económico turco, en 1990. Reunió a un amplio grupo de empresas con una amplia diversidad de tamaño y ubicación. La amplia mayoría de las empresas agrupadas en torno a MÜSIAD eran de muy reciente formación, establecidas después de la oleada neoliberalizadora de 1980.

Como se ha comentado, en este periodo, el papel intervencionista que tradicionalmente había jugado el Estado fue puesto en entredicho y el aumento de las exportaciones se convirtió en el objetivo a conseguir. El potencial exportador de algunas de las PYMEs de Anatolia contribuyó a consolidar la posición de MÜSIAD [15].

MÜSIAD es una patronal empresarial que integra a pequeñas y medianas empresas, por lo que el número de sus integrantes es mucho mayor que TÜSIAD -más de 3.000 firmas forman parte del mismo MÜSIAD-. Su dispersión geográfica también contrasta con la concentración de TÜSIAD [16]. Las empresas que integran MÜSIAD se ubican en una variedad de ciudades como Konya, Kayseri, Estambul, Izmir o Denizli entre otras, con una importante presencia en la zona de la Anatolia central.

MÜSIAD, con cuyo rápido crecimiento reunió alrededor 8.000 empresarios de los denominados “tigres anatólios”, representa un significativo 10% del producto nacional turco total [17].

La estrategia que utiliza también es distinta a la de TÜSIAD. MÜSIAD propone un modelo altamente influenciado por el modelo asiático, en el que la orientación de grupo y la conservación de la comunidad se proponen como alternativa al modelo occidental, de lógica individualista. MÜSIAD enfatiza el papel de la religión y los valores tradicionales como activos que pueden ser utilizados para capitalizar y sacar beneficio en una economía global [18].

MÜSIAD utiliza el Islam, tanto a nivel internacional como a nivel nacional como base para la cooperación y la solidaridad entre productores; como aparato para crear condiciones de mercado seguras u obtener fuentes de financiamiento; y como medio para contener la inquietud social y los sindicatos laborales [19], en lo que se ha bautizado como capitalismo étnico.

Así, se ha utilizado el Islam como fuente para conseguir vínculos con determinados países

como es el caso de Indonesia y Malasia, donde MÜSIAD ha establecido acuerdos donde se mencionan el comercio de productos *halal* o turismo a la Meca.

En la misma línea, MÜSIAD también organiza actividades como ferias nacionales o viajes a ferias internacionales para sus miembros, que se desarrollan alrededor de un marco cultural donde el Islam sirve para fortalecer los lazos de solidaridad y de sentimiento común [20]. Las propias prácticas internas de MÜSIAD, tales como respetar las vacaciones musulmanas en su calendario o no servir alcohol durante sus reuniones, complementan este último aspecto [21]. A nivel interno se ha beneficiado de las condiciones ofrecidas por los bancos islámicos.

Desde su fundación, MÜSIAD centró su mirada en el este y en los vecinos islámicos de Turquía. Desde entonces, se ha convertido en un fuerte partidario de la entrada de este país en la UE, para así ampliar sus relaciones con el mercado europeo y, a través de este, el americano. Mientras, promueve también la mejora de las relaciones económicas con el mundo musulmán, en una estrategia abierta y flexible [22].

MÜSIAD ha estado de forma frecuente bajo sospecha del estamento militar secular, debido a su política de integración y protección de los valores del Islam en el mundo empresarial y a su relación histórica con los partidos islamistas de Erbakan [23]. Después del golpe de estado post-moderno, en el que la presión del Ejército turco hizo alejar al RP (*Refah Partisi* - Partido del Bienestar) de Erbakan del poder y que supuso una fuerte convulsión para MÜSIAD, con la llegada al poder del partido islamista moderado del AKP, esta asociación volvió a consolidar su posición. Aunque no dé un apoyo abierto y directo a este partido, las relaciones entre ambos se podrían nombrar de inmejorables. El soporte de Erdogan a la asociación quedó perfectamente reflejado en la última conferencia de MÜSIAD (2006), donde el presidente participó como miembro de honor [24].

Holdings sufíes

Junto con MÜSIAD, los “holdings sufíes” forman lo que se ha denominado la nueva burguesía turca [25]. Los holdings sufíes, tuvieron su mayor crecimiento en la década neoliberalista de los 80, coincidente con la presidencia de Turgut Özal. Actualmente, su poder económico se encuentra concentrado mayoritariamente en dos sectores: los bancos islámicos y los medios de comunicación.

Debido a su importancia, destacan principalmente dos grupos: los Nakşibendi y los Fethullahçi. Los Nakşibendi fueron los principales beneficiados durante la presidencia de Özal, él mismo miembro de esta orden religiosa. Özal, aprobó la creación de ÖFK (*Özel Finans Kurumları*), “instituciones de especial financiamiento”, un eufemismo utilizado para referirse a los denominados bancos islámicos. Sin embargo, la creación de ÖFK quedaba sujeta a través de decreto ley a una condición: estas instituciones se tenían que formar en régimen de compañías mixtas junto con miembros de los Nakşibendi, lo que explica el enriquecimiento de esta comunidad en los años posteriores. En el campo de los medios de comunicación, los Nakşibendi, regentan tres revistas: *Islam*, con una tirada de 100.000 ejemplares, *Mektup* (La carta) y *Kadin ve Aile* (Mujer y familia); destinada a un público femenino.

Destaca, dentro de los Nakşibendi, la rama conservadora de los Isikçilar, que posee el grupo Ilhas Holding, especialmente influyente en el sector editorial -entre sus publicaciones destaca el periódico *Türkiye*; así como la agencia de publicidad Öncü- y televisivo -en

especial, el canal de televisión TGTR. En el sector bancario, posee el banco islámico İhlas Finans.

En la misma línea que los Nakşibendi, la comunidad de los Fethullahçı, una rama autónoma de los Nurcu que posee el grupo Asya Holding fue fundada en 1992. El Asya Holding controla el periódico *Zaman*, el canal televisivo STV, las estaciones de radio Burç y la agencia de publicidad IŞIK.

Para las dos principales comunidades religiosas turcas, la influencia ejercida a través de los medios de comunicación es su mayor prioridad [26].

La fractura entre laicismo e islamismo en el plano económico?

Con lo anteriormente planteado se podría tener la impresión que TÜSIAD y MÜSIAD no son más que la versión económica de la teórica fractura laicismo – islamismo que se vive en el ring turco. Si analizamos, por ejemplo, la actitud que ambas asociaciones presentan hacia el entendimiento de los derechos civiles e individuales, TÜSIAD muestra un enfoque liberal con las cuestiones étnicas y de derechos de las minorías pero su enfoque es altamente conservador en lo que a las fronteras del Estado secular se refiere. MÜSIAD pone especial énfasis en los derechos y libertades religiosas, dejando en segundo lugar otro tipo de derechos individuales [27].

Otros ejemplos como los acuerdos *halal* o turismo a la Meca, a los que ha llegado MÜSIAD con países islámicos asiáticos, lo situarían en la esfera islamista, mientras que TÜSIAD, quedaría en el otro lado de la brecha, formando parte del “equipo” laico.

Aparentemente así se podría interpretar, pero si nos situamos más allá de la primera capa, nos encontramos con que los dos discursos adoptados no son más que una estrategia utilizada por estos en pro de sus beneficios.

¿Si la marca “islámica” sirve para vender productos y crear vínculos asociativos, porqué no utilizar la etiqueta religiosa para identificarte, y más con el AKP en el poder? ¿No hubiera, del mismo modo, aprovechado la máscara “cooperativista” MÜSIAD en una hipotética Turquía comunista?

De la misma manera, TÜSIAD se benefició en su momento de la relación de clientelismo establecida con los kemalistas. ¿Por qué perder las viejas relaciones si las puedes reaprovechar en un futuro? Mantener vivo el discurso laico no es más que un seguro ante su posible retorno al poder, mucho más cómodo que el establecimiento de nuevas alianzas.

Una prueba de esto es el papel adoptado por las dos grandes asociaciones ante el tema de la entrada del país a la UE. Tanto MÜSIAD como TÜSIAD se han pronunciado a favor de la Unión, aunque sea por distintos intereses y siendo inflexibles en sus posiciones de base. En tanto que laica o musulmana, Turquía sigue siendo un mercado en donde encontrar clientes y vender productos. En tanto que laicas o musulmanas, TÜSIAD y MÜSIAD siguen siendo asociaciones de empresas.

Es donde saquen más rendimiento dónde éstas se situarán, si este filón es el mismo para ambas, como los mercados de la UE parecen ser, sus posiciones se aproximarán. Si, como hasta el momento, se pueden ver beneficiadas de alianzas internas distintas -si no opuestas-, sus posiciones también serán divergentes y así se mantendrán.

Bibliografía

BUĞRA, A. "Class, culture, and state: an análisis of interest representation by two turkish business associations", en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539. 1998

GÜLTEKIN, Burcu (2004) "L'économie turque entre néo-libéralisme et pensateur étatique", en ROY, Olivier (dir.). *La Turquie aujourd'hui. Un pays européen?* París, Universalis.

MAIGRE, Marie-Elisabeth. *Turquie: l'émergence d'une éthique musulmane dans le monde des affaires - Autour de l'évolution du MÜSIAD et des communautés religieuses*. Religioscope, Mayo 2005, disponible en http://religion.info/french/articles/article_170.shtml [consulta: 27 de mayo de 2007]

ÖNIŞ, Ziya. TÜREM, Umut (2001). "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations", en *Turkish Studies*, vol.2, pp 94-120.

SHIKOH, Rafi-uddin. *Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties*, Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world , 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[1] BUĞRA, Ayş a (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations", en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[2] GÜLTEKIN, Burcu (2004) "L'économie turque entre néo-libéralisme et pensateur étatique" en ROY, Olivier (dir.). *La Turquie aujourd'hui. Un pays européen?*, París, Universalis.

[3] ÖNIŞ, Ziya. TÜREM, Umut (2001). "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations", en *Turkish Studies*, vol.2, pp 94-120.

[4] MAIGRE, Marie-Elisabeth. *Turquie: l'émergence d'une éthique musulmane dans le monde des affaires - Autour de l'évolution du MÜSIAD et des communautés religieuses*. Religioscope, Mayo 2005, disponible en http://religion.info/french/articles/article_170.shtml [consulta 27de mayo de 2007]

[5] BUĞRA, Ayş a (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations" en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[6] Idem

[7] SHIKOH, Rafi-uddin. "Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties", Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world, 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[8] SHIKOH, Rafi-uddin. "Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties", Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world, 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[9] BUĞRA, Ayş a (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations" en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[10] Idem

[11] ÖNIŞ, Ziya. TÜREM, Umut (2001). "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations" en *Turkish Studies*. vol.2, pp 94-120.

[12] BUĞRA, Ayşa (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations" en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[13] ÖNIŞ, Ziya. TÜREM, Umut (2001). "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations" en *Turkish Studies*, vol.2, pp 94-120.

[14] SHIKOH, Rafi-uddin. "Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties", Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world , 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[15] BUĞRA, Ayşa (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations" en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[16] ÖNIŞ, Ziya. TÜREM, Umut (2001). "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations" en *Turkish Studies*, vol.2, pp 94-120.

[17] SHIKOH, Rafi-uddin. "Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties", Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world , 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[18] BUĞRA, Ayşa (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations" en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[19] BUĞRA, Ayşa (1998) "Class, culture, and state: an analysis of interest representation by two turkish business associations" en *International Journal of Middle East Studies*. vol. 30, núm. 4, pp 521- 539.

[20] Idem

[21] SHIKOH, Rafi-uddin. "Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties", Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world , 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[22] Idem

[23] Idem

[24] SHIKOH, Rafi-uddin. "Turkish Business Association Drives Strong Muslim World Ties", Dinar standard, Business Strategies for the Muslim world , 29 Abril 2006, disponible en <http://www.dinarstandard.com/intraoic/MUSIAD042906.htm> [consulta: 30 mayo de 2007]

[25] MAIGRE, Marie-Elisabeth. *Turquie: l'émergence d'une éthique musulmane dans le monde des affaires - Autour de l'évolution du MÜSIAD et des communautés religieuses*. Religioscope, Mayo 2005, disponible en http://religion.info/french/articles/article_170.shtml [consulta 27 de mayo de 2007]

[26] MAIGRE, Marie-Elisabeth. *Turquie: l'émergence d'une éthique musulmane dans le monde*

des affaires - Autour de l'évolution du MÜSIAD et des communautés religieuses. Religioscope, Mayo 2005, disponible en http://religion.info/french/articles/article_170.shtml [consulta 27 de mayo de 2007]

[27] ÖNIŞ, Ziya. TÜREM, Umut (2001). "Business, Globalization and Democracy: A Comparative Analysis of Turkish Business Associations" en *Turkish Studies*, vol.2, pp 94-120.

Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos ISSN 1887-4460