



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

Turquía

Índice

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Información general	3
3.	Situación económica y de coyuntura	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos	5
3.3.	Nivel de competitividad	6
4.	Comercio exterior de bienes	6
4.1.	Intercambio comercial de Turquía con el mundo	6
4.2.	Intercambio comercial de Turquía con Perú	7
5.	Acceso a mercado	9
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	9
6.	Oportunidades Comerciales	11
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	11
7.	Tendencias del Consumidor	15
8.	Cultura de Negocios	16
9.	Links de interés	17
10.	Eventos comerciales	17
11.	Bibliografía	18

1. Resumen ejecutivo

Turquía, estratégicamente posicionada en la intersección de Europa y Asia, destaca por su profunda herencia cultural, diversidad geográfica y significativa relevancia geopolítica. Con una población que supera los 83 millones de habitantes para el año 2023, este país fusiona el ímpetu de una economía en ascenso con las profundas raíces de su extenso legado histórico, por lo que es considerada una economía emergente y una de las más grandes en su región.

La economía de Turquía es reconocida por su notable crecimiento y diversificación en recientes décadas. A pesar de ciertos desafíos como la inflación y una marcada dependencia de las importaciones energéticas, ha logrado destacarse en sectores clave como la manufactura, la agricultura, el turismo y la construcción. Turquía se ha consolidado como un crucial nodo comercial y puente comercial entre los mercados de Europa y Asia, beneficiándose enormemente de su posición geográfica privilegiada y de acuerdos de libre comercio que facilitan el acceso a diversos mercados.

En términos de tecnología, Turquía ha experimentado un auge significativo, particularmente en el ámbito de la tecnología de la información, donde la innovación y el desarrollo de startups tecnológicas han sido notorios. El sector turístico es otro pilar económico, que capitaliza el vasto patrimonio histórico y cultural del país, así como sus atractivos naturales. Por otro lado socialmente, Turquía se enfrenta al reto de mantener un equilibrio entre el progreso y la modernización sin desvincularse de su identidad cultural única. Se han realizado importantes esfuerzos para avanzar en la educación y la salud, aunque persisten desafíos en cuanto a la equidad de acceso y calidad. Por otro lado, el frente ambiental y de sostenibilidad, el país ha iniciado acciones para confrontar problemas como la deforestación, la gestión de recursos hídricos y la contaminación. No obstante, encontrar un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación ambiental continúa siendo un desafío relevante.

Turquía mantiene su estatus como un actor geopolítico de importancia, dada su ubicación y su rol como miembro de la OTAN y país candidato a la Unión Europea. A pesar de enfrentar retos tanto internos como en el panorama internacional, su economía en crecimiento, diversidad cultural y posición estratégica le confieren un papel destacado a nivel mundial, presentando oportunidades singulares para inversores y negocios internacionales.

2. Información general¹



Turquía, oficialmente conocida como la República de Turquía, es un país transcontinental situado en la encrucijada entre Europa y Asia. Limita al oeste con Grecia y Bulgaria, al noreste con Georgia, al este con Armenia, Azerbaiyán e Irán, y al sur con Irak y Siria. Estratégicamente ubicada, Turquía tiene acceso a tres mares diferentes: el Mar Negro al norte, el Mar Egeo al oeste y el Mar Mediterráneo al sur.

Con una extensión territorial de aproximadamente 783,356 kilómetros cuadrados, Turquía es el 37.º país más grande del mundo. Su capital es Ankara, aunque la ciudad más grande y conocida internacionalmente es Estambul, que ha sido históricamente importante como Bizancio y Constantinopla. Estambul es un importante centro cultural, económico y financiero, que une físicamente los continentes de Europa y Asia a través del Estrecho del Bósforo.

El sistema de gobierno en Turquía es una república parlamentaria. El idioma oficial es el turco, existen minorías que hablan kurdo, árabe y otras lenguas. Además, el inglés está ampliamente difundido, especialmente entre las generaciones más jóvenes y en el sector empresarial, facilitando así el comercio y las relaciones internacionales.

¹ Fuente: CIA World Factbook (2022)

3. Situación económica y de coyuntura

3.1 Análisis de las principales variables macroeconómicas

La economía turca experimentó un crecimiento que repuntó con fuerza tras el impacto inicial de la pandemia, reflejo del dinamismo del sector privado y de las políticas de estímulo, siendo uno de los pocos países que no entró en recesión. El crecimiento de Turquía fue sólido en el primer semestre de 2022 (7,5% interanual), impulsado por un consumo privado sostenido y una recuperación del turismo. Sin embargo, la actividad inversora ha sido moderada y los desequilibrios macroeconómicos han aumentado, lo que ha dado lugar a una tasa de crecimiento anual global del 5%, según el FMI. Se prevé que el crecimiento económico se desacelere hasta situarse en torno al 4% anual en 2023 y 3% anual en 2024, debido a la debilidad de la demanda exterior, la persistente incertidumbre geopolítica y la ralentización del consumo de los hogares ante el aumento de la inflación y la erosión del poder adquisitivo.

La política fiscal siguió siendo favorable en 2022, con el país aumentando su déficit presupuestario hasta el 5,9% (desde el 5,1% de un año antes - FMI) tras la aprobación de varias medidas para los consumidores de energía y ambiciosos proyectos de vivienda social subvencionados por el Estado. El FMI espera que el déficit aumente a lo largo del horizonte de previsión, hasta el 6,5% este año y el 6,6% el siguiente, en parte debido al estancamiento global derivado de las repercusiones de la guerra en Ucrania, que se espera empeoren el déficit por cuenta corriente. En 2022, el ratio deuda pública/PIB disminuyó al 37,5% desde el 41,8%, pero debería seguir una tendencia al alza en 2023 (37,7%) y 2024 (39,6% - FMI). El nivel de endeudamiento sigue siendo bajo, aunque el saldo de la deuda exterior a corto plazo ascendió a USD 138.100 millones a finales de agosto de 2022 (un 13,6% más que a finales de 2021). A pesar de la elevada inflación, la tasa se disparó hasta el 73,1% en 2022 debido al aumento de la factura energética y al mayor coste de las importaciones por la depreciación de la lira turca-, el banco central ha reducido su tipo básico varias veces, hasta el nivel actual del 9% a partir de enero de 2023, lo que convierte a Turquía en el único país de la OCDE que ha bajado los tipos de interés oficiales durante el año. Por consiguiente, se prevé que la tasa de inflación se mantenga elevada en 2023 (51,2%), reflejando una repercusión gradual de la reciente depreciación de la lira y de los aumentos salariales en los precios al consumo, antes de disminuir ligeramente al año siguiente (24,2% - FMI). A finales de 2022, el FMI recomendó una pronta subida de los tipos de interés, acompañada de medidas para reforzar la independencia del banco central.

Según las estimaciones del FMI, el empleo se recuperó parcialmente junto con el repunte de la actividad económica, de ahí que la tasa de desempleo disminuyera hasta el 10,3% en 2022 y se prevé que se establezca en torno al 10,1% hasta el periodo proyectado. En un esfuerzo por contrarrestar la erosión del poder adquisitivo de los hogares, el salario mínimo aumentó un 30% en julio de 2022, seis meses después de un incremento del 50%. Se anunció un nuevo aumento del 55% para 2023. Las condiciones del mercado siguen siendo difíciles, sobre todo para las mujeres y los jóvenes. La desigualdad salarial y el tamaño del sector informal siguen siendo problemas de larga data.

Cuadro N° 01: Principales Indicadores Macroeconómicos

Indicadores Económicos	2020	2021	2022	2023*	2024*
Crecimiento del PBI (%)	1,8	11,4	5,5	4,0*	3,0*
PBI per cápita (Miles de USD)	8,6	9,6	10,6	13,4*	15,4*
Tasa de inflación (%)	12,3	19,6	72,3	51,2*	62,5*
Tasa de desempleo (%)	13,0	12,3	10,3	9,9*	10,1*

Fuente: FMI (Consultado Febrero 2024) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU *Datos estimados²

Los acontecimientos globales recientes han ejercido una presión significativa sobre la economía turca, ya que es un país que ocupa una posición única en el cruce de Europa y Asia y que está profundamente integrado en las dinámicas económicas y políticas internacionales. La pandemia, junto con las fluctuaciones en los mercados de divisas y las tensiones geopolíticas en regiones vecinas, ha tenido un impacto notable en el crecimiento económico de Turquía. Específicamente, la depreciación de la lira turca ha incrementado el costo de las importaciones, incluidos los recursos energéticos críticos como el petróleo y el gas, de los cuales Turquía es un gran importador. Esta situación ha

² Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI) - 2022

exacerbado la inflación y ha puesto presión sobre el poder adquisitivo de los ciudadanos turcos, al tiempo que ha afectado el costo operativo de las empresas que dependen de insumos importados.

A pesar de estos retos, Turquía ha demostrado resiliencia gracias a su diversificada economía, con sectores clave como el turismo, la agricultura, y la manufactura (especialmente la automotriz y la textil) mostrando signos de recuperación y adaptación. La estratégica ubicación geográfica de Turquía continuará ofreciéndole ventajas únicas, especialmente en el comercio y la logística, lo que potencialmente puede mitigar algunos de los impactos negativos.

La unidad monetaria de Turquía, es la Lira turca (TRY). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto.

1 USD = 31,022855 TRY

Dólar ↔ Lira turca

1 TRY = 0,0322343 USD

1 PEN = 8,1635229 TRY

Sol peruano ↔ Lira turca

1 TRY = 0,122496 PEN

3.2 Evolución de los principales sectores económicos³

El sector agrícola constituye el 5,5% del PIB turco. A pesar de dar empleo al 18% de la población, el sector sigue adoleciendo de baja productividad debido a la dependencia de las pequeñas explotaciones. Aproximadamente el 11% del territorio turco está dedicado a la agricultura. El trigo es el principal cultivo del país, aunque Turquía es el tercer exportador mundial de tabaco y el mayor productor de avellanas (casi el 70% de la producción mundial). Turquía sigue siendo un exportador neto de productos agrícolas, pero las importaciones de ganado crecen exponencialmente para compensar la contracción del sector de la cría de animales. Los recursos minerales son abundantes, pero están infraexplotados. Según las últimas cifras de Turkstat, en 2022 la producción de cereales aumentó un 15,7% con respecto al año anterior (hasta 36,9 millones de toneladas), al igual que la de trigo (+10,5% - 19,5 millones de toneladas), maíz (+3,7% - 7 millones de toneladas), cebada (+47,8% - 8,5 millones de toneladas) y cultivos de frutas, bebidas y especias (+4,6% - 26,1 millones de toneladas).

El sector secundario representa el 31,1% del PIB y emplea al 25% de la población activa. La industria manufacturera es la principal actividad industrial del país, con un 22% del PIB (Banco Mundial). La fabricación de automóviles y la industria textil encabezan la industria turca, y otros segmentos importantes son los productos alimenticios, los metales básicos y los productos metálicos fabricados, los productos plásticos, los productos químicos y los equipos eléctricos. Turquía es el quinto exportador textil del mundo. El sector del hierro y el acero en Turquía es de gran importancia para el rendimiento general de la industria manufacturera debido a su creciente capacidad de producción, su potencial de exportación y los insumos que proporciona a otros sectores.

El sector servicios ha crecido rápidamente a principios de la década de 2000, alcanzando un máximo del 59% del PIB en 2009, pero ha descendido desde entonces hasta representar el 52,8% del PIB en 2021, al tiempo que emplea al 57% de la mano de obra del país (Banco Mundial, últimos datos disponibles). El turismo representa casi el 4% del PIB y es una importante fuente de divisas para la nación. Aunque el sector se vio gravemente afectado durante la pandemia del COVID-19, se recuperó en 2022: en el periodo enero-octubre, 39,6 millones de turistas extranjeros visitaron el país, lo que supone un aumento del 88% respecto al mismo periodo del año anterior. El objetivo del sector para 2023 se ha fijado en 60 millones de visitantes y USD 56.000 millones en ingresos por turismo. El sector bancario turco está compuesto por 53 bancos: 34 bancos de depósito (de los cuales tres son estatales), 13 bancos de desarrollo e inversión y 6 bancos de participación (Federación Bancaria Europea).

³ Fuente: Informe Económico y Comercial de Turquía (2022)

3.3 Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para Turquía, Perú y otros países principales de exportación que integran el bloque la Unión Europea⁴.

Cuadro N° 02: Facilidad para hacer negocios 2019

Criterios	Turquía	Perú	Países Bajos	España	Alemania	Italia
Global Rank	33	76	42	30	22	58
Apertura de un negocio	77	133	24	97	125	98
Manejo permiso de construcción	53	65	88	79	30	97
Obtención de electricidad	41	88	58	55	5	38
Registro de propiedades	27	55	30	59	76	26
Obtención de crédito	37	37	119	80	48	119
Protección de los inversionistas minoritario	21	45	79	28	61	51
Pago de impuestos	26	121	22	35	46	128
Comercio transfronterizo	44	102	1	1	42	1
Cumplimiento de contratos	24	83	78	26	13	122
Resolución de la Insolvencia	120	90	7	18	4	21

Fuente: Doing Business. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ. (Consultado Febrero 2024)

Del cuadro N° 02, se puede mencionar que el país de Turquía se encuentra en el puesto Nro.33 del Ranking Global. De los cuales destaca su mejora en las posiciones de “Protección de los inversionistas minoritarios” y “Cumplimiento de contratos”, entre otros.

4. Comercio exterior de bienes

4.1 Intercambio comercial de Turquía con el mundo⁵

La economía de Turquía está abierta al comercio internacional, que representa el 71% del PIB (Banco Mundial, últimos datos disponibles). Las principales exportaciones de Turquía en 2021 fueron la industria automotriz (13,3% del total de exportaciones, incluidos vehículos de pasajeros, de transporte y accesorios para vehículos, con ganancias por USD 29 300 millones en exportaciones en 2021, según la Asociación Industrial de Exportadores de Automóviles Uludag), joyería (3%) y los aceites de petróleo (2,9%). El país importó principalmente residuos ferrosos (4,1%), aceites de petróleo (3,7%), vehículos a motor (2,5%) y repuestos (2,1%), así como oro (2%) (Comtrade).

Los principales destinos de las exportaciones turcas fueron Alemania (8,6% del total de exportaciones), Estados Unidos (6,5%), el Reino Unido (6,1%), Italia (5,1%) e Iraq (4,9%). Por otra parte, China (11,9%), Rusia (10,7%) y Alemania (8%) fueron los primeros proveedores de bienes en Turquía, seguidas por de Estados Unidos (4,8%) e Italia (4,3%). Turquía cuenta con 22 acuerdos de libre comercio activos, incluido su primer acuerdo con el Espacio Económico Europeo en 1991 y el reciente acuerdo con Reino Unido, que entró en vigor el 1 de enero de 2021. También se espera que pronto entren en vigor los acuerdos comerciales con Catar, Líbano y Sudán. Al mismo tiempo, Turquía negocia acuerdos de libre comercio con Ucrania, Japón, Tailandia e Indonesia, y empezará a renegociar los términos de los acuerdos ya existentes con Georgia, Malasia y Moldavia. Por lo demás, los EAU y Turquía firmaron un compromiso para comenzar a negociar un acuerdo bilateral de comercio e inversión.

La estructura comercial de Turquía se ha caracterizado por un amplio déficit (USD 29 300 millones en 2021, según datos del Banco Mundial), principalmente debido a importaciones energéticas. Además, como la mayor parte de sus

⁴ Fuente: Doing Business (2022)

⁵ Fuente: Informe Económico y Comercial de Turquía (2022)

exportaciones están vinculadas a las importaciones de productos intermedios, semielaborados o crudos, la evolución de la balanza comercial ha estado tradicionalmente vinculada al crecimiento económico y al valor de la lira frente al dólar estadounidense. En 2021, las importaciones de bienes de Turquía ascendieron a USD 271 423 millones, mientras que el valor total de sus bienes exportados alcanzó los USD 225 264 millones (+23,6% y +32,7% interanual, respectivamente) (OMC). Según la OMC, las exportaciones de servicios en 2021 fueron superiores a las importaciones, con USD 58.100 millones y USD 31.600 millones, respectivamente. En conjunto, el déficit comercial está estimado en un 0,2% del PIB (Banco Mundial).

El Gobierno ha mantenido una política activa de incentivo del uso de combustibles de origen local para la generación de energía, apoyando las energías renovables y la producción nacional de carbón para reducir la dependencia del país de las importaciones de gas. Según cifras preliminares de Turkstat, en el período entre enero y diciembre de 2022, las exportaciones aumentaron en un 12,8%, hasta USD 254 174 millones, en un contexto de depreciación de la lira turca, mientras que las importaciones aumentaron con un ritmo más elevado (34,0%), llegando a USD 363 711 millones. En conjunto, el volumen de comercio internacional aumentó en un 24,4%, elevándose a USD 617 883 millones.

Cuadro N° 03⁶: Intercambio Comercial Turquía – Mundo (Millones de USD)

Comercio Exterior	2018	2019	2020	2021	2022	TCP. %	Var. %
						2018-2022	2022/2021
Exportaciones	167 924	180 871	169 658	225 264	254 172	10,9	12,8
Importaciones	223 047	210 347	219 514	271 423	363 711	13,0	34,0
Balanza Comercial	-55 123	-29 476	-49 856	-46 158	-109 539	18,7	137,3
Intercambio Comercial	390 971	391 218	389 172	496 687	617 883	12,1	24,4

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

De acuerdo a la estadística de TradeMap (2022), en efecto las exportaciones de Turquía al mundo registraron un valor exportado de más de USD 254 mil millones, lo cual significó un incremento de +12,8%. Entre los principales socios comerciales en cuanto sus envíos destacan los mercados destino como: Alemania (+9,5), Estados Unidos (+14,7%), Iraq (+23,5), Reino Unido (-5,1%) e Italia (+7,7%). Ahora bien, los principales productos exportados por Turquía fueron aceites medios y preparaciones de petróleo, artículos de joyería y sus partes de metales preciosos, vehículos automóviles para el transporte de mercancías, entre otros.

Por otro lado, en ese mismo año, según TradeMap (2022), las importaciones de Turquía registraron un valor de más USD 363 mil millones, lo cual significó un crecimiento de 34,0%. Entre los principales proveedores del mercado de Turquía se encuentran países como: Rusia (+103,2%), China (28,3%), Alemania (10,5%), Suiza (401,7%) y Estados Unidos (15,8%). Los principales productos importados por Turquía fueron: oro en bruto para uso monetario, aceites medios y preparaciones de petróleo, desperdicios de hierro o acero, entre otros.

4.2 Intercambio comercial de Turquía con Perú ⁷

Las exportaciones de Perú al mercado de Turquía totalizaron un valor de USD 103 millones en el 2022, lo cual significó un crecimiento de +90,2% en comparación a lo exportado en 2021. Para ese mismo año, el intercambio comercial entre ambos países fue de USD 565 millones, lo cual significó un decrecimiento del -8,6% en relación al año anterior.

Cuadro N° 04: Intercambio Comercial Turquía – Perú (Millones de USD)

Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022	TCP. % 18-22	Var. % 22/21
Exportaciones de Perú a Turquía	61	40	93	54	103	13,8	90,2
Importaciones de Perú desde Turquía	171	182	195	564	462	28,1	-18,0
Balanza Comercial	-110	-142	-101	-510	-360	34,4	-29,5
Intercambio Comercial	233	222	288	617	565	24,8	-8,6

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

⁶ Fuente: TradeMap (2022)

⁷ Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Un dato importante a señalar es que, en el año 2022, el mercado de Turquía se ubicó en el puesto N° 36 como destino de las exportaciones peruanas.

Las exportaciones peruanas del sector minero energético totalizaron un valor de USD 66 millones en el 2022, lo cual significó un crecimiento del +65,2%, en relación al mismo periodo del año anterior, este crecimiento se ve sustentado por los mayores envíos del rubro minero a Turquía. Asimismo, el sector no minero energético totalizó un monto de USD 36 millones, lo cual significó un crecimiento de +163,2%, este crecimiento se ve sustentado principalmente por los mayores envíos del metalúrgico (+601,2%).

Finalmente, en el periodo de enero a diciembre del 2023, los envíos del sector minero se incrementaron en +91,2%, mientras que, en los envíos de valor agregado del sector no minero energético crecieron en +98,5%, dónde el sector que presentó un desempeño dinámico fue la industria metal mecánica (+1 255,6%).

Cuadro N° 05: Exportaciones por sectores económicos
(Millones de USD)

SECTOR	2021	2022	Var% 22/21
Minero Energético	40	66	65,2
Minero	40	65	63,2
Minería No Metálica	0	2	229,8
No Minero Energético	14	36	163,2
Metalúrgico	3	20	601,2
Agropecuario	6	7	1,1
Metal mecánico	0	4	2 451,2
Químico	0	3	504,1
Pesquero	3	2	-40,9
Textil	0	1	122,4
Varios (incluye joyería)	0	0	1 150,2
Maderas y papeles	0	0	162,6
Vidrio y sus manufacturas	0	0	17,7
Siderúrgico	0	0	6 926,8
TOTAL GENERAL	54	103	90,2

Fuente: SUNAT. (Consultado, Febrero 2024).

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

En el año 2022, se exportaron 92 productos (HS10) no minero energéticos al mercado de Turquía. Entre estos principales productos NME destacan: zinc sin alear (USD 20 millones), mucilagos de semilla de tara (USD 2 millones), taladradoras, perforadoras y similares (USD 2 millones), lacas y colorantes (USD 1 millón), harina de pescado (USD 1 millón), entre otros. Cabe destacar que los cinco principales productos mencionados representan el 73% del total exportado del sector NME en el 2022. A continuación, se muestra el siguiente cuadro N° 6, el cual resume los 10 principales productos NME exportados al mercado de Turquía.

Cuadro N° 06: Exportaciones de los Principales Productos Peruanos NME (Millones de USD)

Partida - Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	TCP. % 18-22	Var. % 22/21	Part. % 2022
7901120000 - Zinc sin alear	12			3	20	14,6	625,7	55
1302391000 - Mucilagos de semilla de tara	0	0	1	2	2	67,9	9,8	6
8467111000 - Taladradoras, perforadoras y similares					2	-	-	5
3205000000 - Lacas colorantes	0	0	0	0	1	87,3	824,2	4
2301201100 - Harina de pescado	3	2	1	2	1	-21,7	-55,6	3
3203002100 - Carmin de cochinilla	0	0	0	0	1	15,2	316,5	2
8407100000 - Motores de aviación, de embolo (pistón)					1	-	-	2
1504209000 - Grasas y aceites de pescado			0	0	1	-	92,0	2
0801220000 - Nueces del brasil sin cáscara frescas		0	1		1	-	-	2
1008509000 - Quinua	0	0	0	0	1	18,6	49,8	1
Resto	5	6	4	5	6	4,4	15,7	17
TOTAL GENERAL	21	8	6	14	36	14,8	163,2	100

Fuente: SUNAT. (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias⁸

Turquía aplica el arancel externo común (CET) a los productos industriales y sus aranceles a nación más favorecida (MFN) sobre productos no agrícolas tienen un promedio del 5%. La protección arancelaria para los productos agrícolas sigue siendo alta, aunque la unión aduanera con la UE y varios acuerdos de libre comercio ofrecen acceso libre de aranceles para muchos de los principales socios comerciales de Turquía. Desde finales de 2020, Turquía ha eliminado altos aranceles sobre ciertas materias primas agrícolas como el trigo, el maíz, la cebada y el aceite de semilla de girasol para abordar la inflación de alimentos y el aumento de los costos de las materias primas. Además, los programas de incentivos a la inversión de Turquía prevén exenciones de aranceles e impuestos sobre importaciones comúnmente utilizadas por los exportadores. Un "listado de suspensiones" permite a los fabricantes importar ciertas materias primas e insumos intermedios a tasas bajas o exentas de aranceles.

Los recargos aduaneros incluyen un impuesto al valor agregado (IVA) que se aplica a la mayoría de los bienes y servicios importados y nacionales. El importador es responsable del pago del IVA. El IVA se calcula sobre la base del costo del seguro de flete (CIF) más la tasa de derechos y cualquier otro cargo aplicable cobrado antes de que las mercancías pasen por la aduana. El IVA para la mayoría de los productos agrícolas oscila entre el 1% y el 10%, pero puede llegar hasta el 20% para ciertos productos procesados. Los bienes de capital, algunas materias primas, las importaciones realizadas por organismos gubernamentales y empresas estatales y los productos para inversiones con certificados de incentivo están exentos de derechos de importación.

Turquía depende principalmente de los impuestos internos en lugar de los impuestos comerciales, como los derechos de aduana, para aumentar los ingresos del gobierno. Juntos, el IVA y el impuesto a los consumos especiales (SCT) proporcionan más de la mitad de los ingresos del gobierno. En principio, el IVA y el SCT de Turquía no hacen distinción entre bienes importados y bienes de producción nacional. Sin embargo, el SCT sobre las bebidas alcohólicas varía considerablemente dependiendo del tipo de producto, y todo el alcohol está gravado a una tasa extremadamente alta, con revisión periódica para posibles aumentos cada seis meses. Desde 2018, las bebidas espirituosas y licores estadounidenses enfrentan un arancel adicional del 70%. En general, el sistema tributario tiene el potencial de favorecer el consumo de algunos productos en relación con otros. Otros productos afectados por la SCT incluyen productos derivados del petróleo, vehículos de motor, aeronaves, embarcaciones y bienes de consumo duraderos.

Tanto las importaciones como las exportaciones están sujetas a determinadas medidas fronterizas en Turquía, incluidas prohibiciones absolutas, licencias, controles y restricciones. Varias categorías de productos requieren licencias de importación y/o exportaciones sujetas a cambios según las condiciones del mercado. En lo que respecta a las exportaciones, Turquía se adhiere a acuerdos internacionales para la prohibición o el control de bienes estratégicos y ha implementado controles de calidad de las exportaciones de ciertos productos agrícolas.

A continuación, se muestra un cuadro de preferencias arancelarias de los principales productos no minero energéticos exportados al mercado de Turquía.

Cuadro N° 07: Aranceles para los Principales Productos Peruanos NME exportados hacia Turquía

Turquía: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos No Minero Energéticos						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales Competidores (% Part. 2022)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	790112	Zinc sin alear.	5	Irán (44%) España (22%) Uzbekistán (20%)	2,50%	2,50%

⁸ ITA – Turkey Country Commercial Guide

2	130239	Mucílagos y espesativos vegetales.	2	Filipinas (29%) China (18%) India (12%)	0,00%	0,00%
3	846711	Herramientas neumáticas, hidráulicas o con motor.	-	Taiwán (32%) China (28%) Estados Unidos (10%)	1,70%	1,70%
4	320500	Preparaciones de lacas colorantes.	5	Reino Unido (48%) India (20%) Alemania (10%)	6,50%	6,50%
5	230120	Harina de pescado.	16	Marruecos (49%) Georgia (12%) Omán (10%)	0,00%	0,00%
6	320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal.	9	China (20%) Alemania (17%) México (9%)	0,00%	0,00%
7	840710	Motores de combustión interna, alternativos o rotativos.	-	Austria (64%) Estados Unidos (22%) Italia (9%)	0,00%	0,00%
8	150420	Grasas y aceites de pescado	9	Noruega (46%) Chile (19%) Georgia (16%)	15,60%	15,60%
9	080122	Nueces del brasil sin cáscara.	2	Bolivia (60%) Brasil (15%)	30,00%	30,00%
10	100850	Quinoa.	-	Irán (62%) Noruega (8%) Iraq (7%)	130,00%	130,00%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

Medidas No Arancelarias⁹

Las medidas no arancelarias juegan un papel crucial en la regulación del comercio internacional de Turquía. Estas incluyen requisitos de certificación, autorizaciones por motivos TBT (Barreras Técnicas al Comercio), y la obligatoriedad de pasar por puertos aduaneros específicos. Un ejemplo notable es el requisito de que ciertas importaciones solo puedan realizarse a través de oficinas de aduanas especializadas. El análisis y la investigación sobre NTMs son fundamentales para equilibrar la reducción de los costos comerciales con la preservación de objetivos públicos como la salud y el medio ambiente.

Las importaciones de determinadas mercancías en Turquía deben realizarse exclusivamente a través de oficinas de aduanas especializadas. Para los productos textiles, las oficinas designadas incluyen ubicaciones estratégicas como Halkali, Atatürk Havalimanı, el aeropuerto de Sabiha Gökçen, entre otros puntos críticos como Gemlik, Mersin, Esmirna (Izmir), Denizli, Ankara, Kayseri o Gaziantep. Los fertilizantes y ciertos productos petroquímicos y disolventes tienen sus puertos de entrada específicos, como las administraciones de aduanas en Derince, Mersin, y Gebze para productos petroquímicos, resaltando la importancia de la gestión y el control de calidad en estos sectores.

Desde 2010, el sector textil está sujeto a un sistema de registro previo a la importación para monitorear y controlar las importaciones eficientemente, utilizando un formulario de registro de exportadores certificado. Este proceso de certificación puede ser realizado por autoridades reconocidas como la Cámara de Comercio y requiere una única presentación, con renovaciones y actualizaciones facilitadas digitalmente.

⁹ Fuente: GMM Turquía

En cuanto al etiquetado y empaquetado, Turquía mantiene reglamentos técnicos detallados que no han variado significativamente desde 2007, cubriendo aspectos críticos como el marcado, el etiquetado y el envasado de productos enviados al mercado. Esto incluye requisitos para productos textiles, uso electrotécnico, y más, asegurando que las etiquetas proporcionen información clara sobre el precio, origen y características distintivas de los productos, aplicable tanto a mercancías nacionales como importadas.

Las medidas sanitarias y fitosanitarias no distinguen entre productos domésticos e importados, aplicando certificaciones y controles estrictos para garantizar la seguridad y la calidad de productos agrícolas, alimenticios, farmacéuticos, y más. Turquía se adhiere a los estándares internacionales notificando nuevas medidas a través de la OMC, con un enfoque en la transparencia y la eficacia de estos controles para facilitar el comercio y la protección de la salud pública.

En el ámbito de las certificaciones, el Instituto de Normas de Turquía (TSE) desempeña un papel vital en la certificación de calidad y sistemas de gestión conforme a normas internacionales, subrayando el compromiso del país con la calidad, la seguridad y la sostenibilidad en el comercio y la producción.

Asimismo, las medidas no arancelarias juegan un papel crucial en la regulación del comercio internacional de Turquía. Estas incluyen requisitos de certificación, autorizaciones por motivos TBT (Barreras Técnicas al Comercio), y la obligatoriedad de pasar por puertos aduaneros específicos. Un ejemplo notable es el requisito de que ciertas importaciones solo puedan realizarse a través de oficinas de aduanas especializadas. El análisis y la investigación sobre NTMs son fundamentales para equilibrar la reducción de los costos comerciales con la preservación de objetivos públicos como la salud y el medio ambiente.

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Turquía, posicionada estratégicamente entre Europa y Asia, ha establecido una red extensa de acuerdos comerciales que fomentan su integración en la economía global. Desde su unión a la Unión Aduanera con la Unión Europea (UE) en 1995, Turquía ha disfrutado de libre comercio con los Estados miembros de la UE, lo que permite la libre circulación de muchos bienes sin aranceles. Este acuerdo cubre principalmente bienes industriales y proporciona un marco para la liberalización del comercio en áreas como la agricultura.

Además de su relación con la UE, Turquía ha negociado acuerdos de libre comercio (TLC) con países fuera del bloque, ampliando significativamente su acceso a mercados globales. Estos acuerdos facilitan el comercio al reducir o eliminar barreras arancelarias y establecer reglas claras para el comercio y la inversión. Por ejemplo, Turquía tiene acuerdos de libre comercio con países clave en varias regiones, incluidos el Reino Unido, Corea del Sur y Malasia, abriendo mercados para una variedad de productos turcos desde textiles y automóviles hasta productos agrícolas.

El enfoque de Turquía hacia la expansión de su red de TLC es evidente en sus esfuerzos por fortalecer lazos comerciales con países y regiones de todo el mundo. Esto no solo diversifica las exportaciones e importaciones de Turquía, sino que también mejora la competitividad de sus industrias al proporcionar acceso a materias primas, bienes intermedios y mercados de exportación.

Para las empresas turcas, estos acuerdos representan oportunidades cruciales para acceder a nuevos mercados y participar más profundamente en las cadenas de valor globales. Asimismo, facilitan la inversión extranjera directa tanto hacia como desde Turquía, potenciando el crecimiento económico y la creación de empleo.

Cabe mencionar que hasta la fecha el Perú y Turquía no cuentan con un acuerdo de libre comercio (TLC).

6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se han identificado productos con potencial exportador dentro de cada uno de los sectores al mercado de Turquía. Esta metodología requiere el cálculo de las tasas promedio de participación y variación estandarizadas de las importaciones de Turquía (del periodo comprendido durante los años 2018 al 2022).

De este modo, se concluye que, si tanto las tasas promedio de participación y variación son positivas, se clasifica como un producto "estrella"; si la participación es positiva y la variación negativa se clasifica como "consolidado". Por otra parte, si la participación es negativa y la variación es positiva se clasifica como "prometedor" y si los promedios de la participación y variación son negativos se clasifica como un producto "estancado".

Sector agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
220210	Agua, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante.	Estrella	180	9,60%	Emiratos Árabes (14%) Siria (9%) Alemania (8%)
220299	Bebidas no alcohólicas.	Estrella	169	9,60%	Chipre (11%) Alemania (8%) Siria (8%)
071333	Judías "porotos, alubias, frijoles, fréjoles", seca y desvainada.	Estrella	111	0,00%	Iraq (58%) Argelia (7%) Alemania (6%)
200290	Tomates, preparados o conservados.	Estrella	76	135,90%	Iraq (74%) Alemania (4%) Japón (4%)
180632	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras.	Estrella	35	8,30%	Iraq (22%) Estados Unidos (10%) Libano (7%)
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados.	Prometedor	17	58,50%	Reino Unido (15%) Alemania (13%) Iraq (10%)
200989	Jugo de frutas o verduras, no fermentados, con o sin adición de azúcar u otro edulcorante.	Prometedor	11	58,50%	Estados Unidos (30%) Países Bajos (13%) Italia (8%)
220820	Aguardiente de vino o de orujo de uvas.	Prometedor	9	0,00%	Países Bajos (56%) Alemania (26%) Chipre (7%)
071040	Maíz dulce, incl. cocido con agua o vapor, congelado.	Prometedor	7	26,70%	Iraq (55%) Estados Unidos (18%) Chipre (9%)
081190	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados.	Prometedor	6	37,00%	Francia (31%) Colombia (15%) Canadá (12%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

El sector agropecuario de Turquía, uno de los pilares fundamentales de su economía, destaca por su diversidad y capacidad de producción, abarcando desde cereales, frutas y hortalizas hasta productos lácteos y carne. Con una geografía que favorece una amplia variedad de cultivos, Turquía es un importante productor y exportador de trigo, cebada, tabaco, frutas secas como higos y pasas, y es el mayor productor mundial de avellanas. Importa commodities agrícolas, incluidos algunos cereales y soja, principalmente de Rusia, Estados Unidos y Sudamérica, mientras que exporta significativamente a la Unión Europea, Medio Oriente y Asia.

Sector pesquero

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
030343	Listados o bonitos congelados	Estrella	46	0,00%	España (34%) Seychelles (34%) Tanzania (9%)
030617	Camarones y langostinos congelados	Estrella	43	37,50%	Malasia (67%) Irán (12%) Vietnam (6%)
030743	Pescado y calamar congelados	Estrella	32	37,50%	Malasia (91%) Chile (5%) España (2%)
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito.	Estrella	14	80,00%	China (95%) Vietnam (2%) Nueva Guinea (1%)
030752	Pulpo congelado	Estrella	7	37,50%	Malasia (75%) Portugal (6%) Venezuela (6%)
030211	Truchas frescas o congeladas	Estrella	3	30,00%	Noruega (90%) Rusia (10%)
030499	Filetes de pescado frescos o congelados	Estrella	2	0,00%	Islandia (44%) Noruega (31%) Vietnam (16%)
030389	Pescado congelado de agua dulce excepto filetes	Estrella	2	30,00%	España (21%) Noruega (15%) Uzbekistán (13%)
030489	Filetes de otros pescados congelados	Prometedor	1	30,00%	Italia (34%) Reino Unido (26%) Grecia (19%)
160432	Sucedáneos de caviar, preparados con huevas de pescado.	Prometedor	1	81,90%	Islandia (91%) Tailandia (1%) Estados Unidos (1%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

La industria pesquera de Turquía, estratégicamente ubicada entre el Mar Negro, el Mar Egeo y el Mar Mediterráneo, es una pieza central en su economía debido a su enfoque en la sostenibilidad y prácticas de pesca responsable. En el año más reciente, Turquía ha sobresalido en la exportación de especies como la dorada, la lubina y varios tipos de mariscos, dirigidas principalmente a mercados en la Unión Europea, Rusia y Estados Unidos, tanto en presentaciones frescas como procesadas. La nación se beneficia de su posición geográfica, permitiendo una diversidad de capturas y cultivos acuícolas que refuerzan su reputación en el mercado internacional de productos del mar.

En cuanto a las importaciones, Turquía complementa su oferta doméstica con especies que no se encuentran localmente, así como con tecnología avanzada y equipos para la pesca y el procesamiento, provenientes de países líderes en la industria como Noruega, China y Italia. Este enfoque integrador fortalece su cadena de valor pesquero, esencial para las economías de las comunidades costeras y alineado con objetivos de conservación y uso sostenible de los recursos marinos. La industria pesquera turca, por lo tanto, desempeña un papel crucial no solo en el sustento de miles de familias sino también en la preservación de su rica biodiversidad marina para futuras generaciones.

Sector textil y confecciones

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
611020	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de algodón.	Estrella	154	12,00%	Bangladesh (30%) China (10%) Camboya (7%)
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón.	Estrella	147	12,00%	Bangladesh (31%) Egipto (8%) Italia (8%)
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras.	Estrella	112	12,00%	China (37%) Bangladesh (19%) España (8%)
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil.	Estrella	95	12,00%	Georgia (68%) China (5%) Bangladesh (4%)
610342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos de punto, de algodón, para hombres.	Estrella	46	12,00%	Bangladesh (22%) Camboya (19%) China (11%)
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas.	Estrella	24	12,00%	India (21%) Bangladesh (14%) Marruecos (14%)
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas.	Estrella	19	12,00%	China (34%) España (20%) Marruecos (14%)
611011	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana.	Estrella	18	10,50%	Italia (43%) China (33%) Rumania (3%)
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos.	Estrella	14	12,00%	China (33%) España (28%) Marruecos (12%)
610442	Vestidos de punto, de algodón para mujeres o niñas.	Estrella	10	12,00%	Bangladesh (37%) China (10%) India (9%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

Turquía es una potencia en el sector textil y de la moda, representando uno de los pilares más importantes de su economía gracias a su extensa capacidad de producción y exportación. El país se beneficia de una rica tradición en la fabricación de textiles, combinando técnicas artesanales heredadas con tecnología moderna, lo que le permite ofrecer una amplia gama de productos que van desde tejidos básicos hasta prendas de moda de alta calidad. Turquía importa materias primas como algodón, lana y fibras sintéticas de países tanto de su entorno regional como de mercados internacionales, para satisfacer las necesidades de su diversificada industria textil.

En el ámbito de las exportaciones, Turquía se ha consolidado como uno de los principales proveedores de textiles y prendas de vestir a nivel mundial, especialmente hacia la Unión Europea, Estados Unidos y Rusia. Este éxito se debe no solo a la competitividad en costos y la calidad de sus productos, sino también a su capacidad para adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y las demandas de los consumidores, incluyendo un creciente enfoque en la moda sostenible y ética. Las empresas turcas del sector son reconocidas por su agilidad en la producción, capacidad para realizar entregas rápidas y su compromiso con prácticas más sostenibles y responsables, lo que les ha permitido capturar y expandir su presencia en mercados altamente competitivos.

Además, Turquía está invirtiendo en innovación dentro del sector textil, con un énfasis particular en la sostenibilidad ambiental, buscando liderar en la producción de textiles y moda eco-friendly. Esto incluye el desarrollo de tejidos orgánicos, reciclados y procesos de producción que minimizan el impacto ambiental, respondiendo así a la creciente demanda global por productos que no solo sean estéticamente atractivos y de alta calidad.

Sector manufacturas diversas

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (Millones de USD)	Arancel Perú	Participación Competidores
740311	Cobre refinado en forma de cátodos y secciones.	Estrella	3 406	0,00%	Kazajstán (38%) Rusia (27%) Bulgaria (17%)
390110	Polietileno de densidad < 0,94, en formas primarias	Estrella	1 659	6,50%	Arabia Saudita (26%) Estados Unidos (19%) Irán (8%)
790112	Zinc en bruto, sin alear.	Estrella	834	2,50%	Irán (44%) España (22%) Uzbekistán (20%)
740400	Desperdicios y desechos de cobre.	Estrella	388	0,00%	Libia (37%) Irán (17%) Iraq (9%)
392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno y sin esfuerzo, estratificación.	Estrella	323	0,00%	China (33%) Corea del Sur (18%) Alemania (11%)
281512	Hidróxido de sodio.	Estrella	274	5,50%	Egipto (24%) Rusia (20%) Rumania (13%)
390769	Politereftalato de etileno en formas primarias.	Estrella	200	6,50%	Egipto (24%) Rusia (20%) Rumania (13%)
340290	Preparaciones tensoactivas, para lavar.	Estrella	148	4,00%	Reino Unido (27%) Alemania (27%) Francia (13%)
280700	Ácido sulfúrico	Estrella	127	3,00%	Bulgaria (57%) China (23%) Japón (8%)
382319	Ácidos grasos monocarboxílicos industriales.	Estrella	126	2,90%	Indonesia (37%) Malasia (32%) Irán (14%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Febrero 2024). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

Turquía posee un sector manufacturero diversificado, destacándose especialmente en la producción de vehículos, maquinaria industrial y productos electrónicos con marcas que han ganado reconocimiento internacional por su calidad y diseño innovador, lo que incluye desde televisores y electrodomésticos hasta equipos de comunicaciones, asimismo su industria química es robusta, abarcando desde la fabricación de productos petroquímicos y fertilizantes hasta medicamentos y productos de cuidado personal, apoyándose en la importación de materias primas y componentes especializados de países de todo el mundo. El sector siderúrgico es una de las más competitivas a nivel global, con una producción de acero y hierro que resalta por su volumen y calidad, enfocándose en la exportación y en el mercado interno con una visión hacia la eficiencia energética y la reducción de impacto ambiental.

Asimismo, Turquía importa una amplia gama de productos, incluyendo componentes electrónicos, materias primas químicas y maquinaria avanzada, principalmente de Europa, Asia y Estados Unidos. Esta diversificación refleja la integración de Turquía en la economía mundial y su compromiso con el avance tecnológico y la sostenibilidad. Con una estrategia que enfatiza en la innovación, la eficiencia energética y la adaptación a las nuevas tecnologías, el sector manufacturero turco se posiciona como un jugador clave en el escenario global, contribuyendo significativamente al crecimiento económico del país.

7. Tendencias del Consumidor¹⁰

En Turquía, las tendencias de consumo para el año más reciente muestran un mercado en rápida evolución, con un incremento notable en la digitalización y una creciente conciencia sobre la sostenibilidad y el bienestar personal. Los consumidores turcos, especialmente las generaciones más jóvenes, están mostrando una preferencia creciente por productos alimenticios saludables, orgánicos y locales, así como por bienes producidos de manera sostenible y ética. Este cambio de paradigma ha sido estimulado en parte por los efectos de la pandemia, que ha llevado a un mayor interés en la salud y la seguridad alimentaria.

El sector minorista en Turquía se encuentra en expansión y en una etapa de transformación, con una competencia intensa tanto de cadenas minoristas locales como de actores internacionales. En los sectores de alimentos, ropa y electrónica, marcas como Migros, BİM y Teknosa juegan roles importantes en el mercado local, mientras que marcas globales como Inditex (propietaria de Zara) y LC Waikiki también tienen una presencia significativa.

El comercio electrónico en Turquía ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por una penetración de internet que supera el 75%. La pandemia aceleró esta tendencia, con un aumento sustancial en las compras en línea, un comportamiento que se prevé se mantenga a largo plazo. La adopción de pagos digitales ha sido rápida, con un incremento en el uso de pagos sin contacto y billeteras móviles, reflejando una preferencia decreciente por el efectivo, especialmente entre los consumidores más jóvenes.

El comercio en línea constituye una parte significativa del total de ventas minoristas, con una proliferación de plataformas de comercio electrónico y aplicaciones de compras que ofrecen desde productos de supermercado hasta electrónica y moda. Grandes minoristas han mejorado sus plataformas digitales, mientras que los mercados en línea nativos digitales observan un crecimiento robusto.

Un aspecto notable es el uso frecuente de sitios web de comparación de precios por parte de los consumidores turcos, indicando un mercado altamente consciente del precio y valor. Esto, junto con un entorno financiero que favorece las transacciones digitales, incluido un uso extendido de banca en línea y tarjetas de débito, facilita aún más el crecimiento del comercio electrónico.

Para los negocios que desean entrar o expandirse en el mercado turco, estas tendencias señalan oportunidades significativas en el ámbito digital, con un énfasis en productos y servicios que promuevan la sostenibilidad, la salud y la conveniencia. La adaptación a un consumidor turco cada vez más conectado digitalmente y comprometido con prácticas de consumo responsables será clave para captar una porción del mercado en este entorno minorista dinámico y en constante cambio.

8. Cultura de Negocios¹¹

En Turquía, la cultura de negocios se caracteriza por su énfasis en las relaciones personales, la hospitalidad y el respeto mutuo. La construcción de relaciones sólidas y la confianza es fundamental antes de entrar en cualquier acuerdo comercial. Esto implica a menudo reuniones cara a cara y la participación en comidas o té como una forma de fortalecer los lazos antes de discutir asuntos de negocios en detalle.

El enfoque turco para la toma de decisiones puede ser más jerárquico que en otros países, con decisiones que a menudo se toman en los niveles superiores de la organización. Sin embargo, se valora la consulta y la opinión de los miembros del equipo, especialmente en cuestiones técnicas o especializadas.

La puntualidad es importante, aunque las reuniones pueden comenzar con conversaciones informales, que sirven para establecer una conexión personal antes de pasar a los asuntos de negocios. Las presentaciones deben ser claras y directas, con un énfasis en la construcción de relaciones a largo plazo más que en ganancias a corto plazo.

¹⁰ Turquía: Llegar al consumidor (2022)

¹¹ Turquía: Práctica de negocio (2022)

En cuanto a la vestimenta, se espera un cierto grado de formalidad en los negocios, especialmente en las primeras reuniones. La vestimenta de negocios conservadora es la norma, aunque las normas pueden variar dependiendo del sector y de la región de Turquía.

La cultura de negocios turca también refleja un fuerte sentido de nacionalismo y orgullo por los logros del país y de sus empresas. Es beneficioso mostrar aprecio y conocimiento sobre la historia y la cultura turcas, lo cual puede ser un valioso punto de partida para construir relaciones respetuosas y exitosas.

La sostenibilidad y las prácticas éticas están ganando terreno, especialmente entre las empresas más grandes y en sectores orientados a la exportación. Sin embargo, la dinámica local y la importancia de las relaciones personales siguen siendo factores dominantes que influyen en la manera de hacer negocios en Turquía.

9. Links de interés

- Ministerio de Relaciones Exteriores Turquía
<https://www.mfa.gov.tr/default.en.mfa>
- Aduanas Turquía
<https://ticaret.gov.tr/>
- Banco Central de Turquía
<https://www.tcmb.gov.tr/>
- Consejo de Relaciones Económicas Externas Turcas
<https://www.deik.org.tr/>
- Asociación Turca de Franquicias
<https://ufrad.org/>
- Asociación de Empleadores de la Industria Textil de Turquía
<https://www.tekstilisveren.org.tr/>
- Cámara de Comercio de Izmir
<https://www.izto.org.tr/tr>

10. Eventos comerciales

Cuadro N° 13. Ferias en Turquía

Nombre Oficial de la Feria	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
International Istanbul Yarn Fair	Textil	Estambul	22 al 24 de febrero 2024	https://tuyap.com.tr/en/
Konya Agriculture Fair	Agroindustria	Konya	05 al 09 de marzo 2024	https://tuyap.com.tr/
BEAUTY & CARE Istanbul	Manufacturas	Estambul	07 al 10 de marzo 2024	http://www.iccistanbul.com/
Istanbul Jewelry Show	Manufacturas	Estambul	17 al 20 de abril 2024	https://www.istanbuljewelryshow.com/
YAPI - TURKEYBUILD Istanbul	Manufacturas	Estambul	17 al 20 de abril 2024	https://yapifuari.com.tr/
MARBLE	Manufacturas	Esmirna	17 al 20 de abril 2024	https://www.fuarizmir.com.tr/
Wabel Drinks Summit	Agroindustria	Estambul	17 al 18 de abril 2024	https://www.wabel.com/
IDMA	Agroindustria	Estambul	02 al 04 de mayo 2024	https://www.idma.com.tr/
Mining Turkey	Todos	Estambul	02 al 05 de mayo 2024	https://www.madenturkiyefuari.com/

Fuente: Nferias.com. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/>
- Doing Business: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness>
- Euromonitor International: <https://www.euromonitor.com/>
- Fondo Monetario Internacional (FMI): <https://www.imf.org/en/Home>
- Market Access Map: <https://www.macmap.org/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: <https://www.gob.pe/mincetur>
- Portal Ferias: <https://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://santandertrade.com/es/portal>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: <https://www.sunat.gob.pe/>
- Trading Economics: <https://es.tradingeconomics.com/>
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- World Trade Organization: <https://www.wto.org/indexsp.htm>