

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:
“ACUERDO COMERCIAL CON TURQUÍA”
INVESTIGADORES:

Mtro. Javier José Arista Valdivia
Ing. Daniel Marcelino Postigo Cerpa

Ing. Joany Carina Zeballos Riveros
Ing. Walter Guillermo Medina Velásquez

1. Introducción

Actualmente, el mundo enfrenta una gran incertidumbre debido a las recientes crisis económicas que han complicado las perspectivas de la economía mundial. Para afrontar esta adversidad, que ya viene golpeando fuertemente el desempeño de nuestras exportaciones, el Perú debe buscar más y mejores herramientas. Una de ellas, definitivamente, es estrechar los lazos comerciales con economías sólidas y de gran crecimiento económico, como Turquía, país que resalta por un asombroso crecimiento del 8.5%, y que alcanzó un PBI de US\$ 774,336 millones en 2011



Turquía tiene una población de 74.7 millones de habitantes, con un PBI per cápita de US\$ 10,363, lo cual constituye una potencial fuente de demanda de nuestras exportaciones hacia este destino. Por otro lado, es importante destacar que las exportaciones turcas equivalen al 23% de su PBI, mientras que sus importaciones representan un 32%.

En cuanto al intercambio comercial, encontramos que las exportaciones peruanas a Turquía han crecido en los últimos siete años a una tasa promedio anual del 9%, alcanzando un mayor dinamismo en el último año.

En el 2012, las exportaciones hacia Turquía crecieron un 55%, hasta alcanzar un valor de US\$ 75 millones. Por su parte, los envíos del sector exportador tradicional peruano sumaron US\$ 59 millones, lo que significó un crecimiento del 86% con respecto a 2011, impulsado principalmente por mayores envíos pesqueros y mineros, los cuales alcanzaron un monto de US\$ 46 millones (+47%) y US\$ 12 millones (+100%), respectivamente.



Asimismo, el sector no tradicional, que a diferencia del sector tradicional registró una leve caída del 2%, llegó a exportar en el 2012 un valor de US\$ 16 millones.

Destacaron los siguientes subsectores: el agropecuario, que registró envíos por un monto de US\$ 5 millones (+120%); el textil, con un valor de US\$ 4.2 millones (+65%), y el químico con US\$ 3.8 millones. Dentro de los principales productos enviados resaltan las fibras discontinuas, acrílicas modacrílicas, sin cardar ni peinar, con un monto de US\$ 3.7 millones (+45%); la manteca de cacao, con un monto de US\$ 2.7.

Por el lado de las importaciones, estas presentaron una caída del 29% durante el 2012, al alcanzar un valor de US\$ 247 millones. Esta considerable caída se debe principalmente a las menores importaciones de materiales de construcción y materias primas para la industria, las cuales disminuyeron un 34% y un 28%, respectivamente.

Como se recuerda, Turquía tiene una unión aduanera con la Unión Europea la cual implica que, al menos en el ámbito de las exportaciones de bienes industriales, Turquía debe dar a los países que tienen acuerdos comerciales con la UE el mismo trato preferencial que esta les da. Este es el caso del Perú en su acceso al mercado turco, ahora que el TLC Perú-UE ha entrado en vigencia. Esta situación explica también la declaración contenida en el Acuerdo Comercial Perú-UE, que compromete al Perú a hacer los mejores esfuerzos para alcanzar un acuerdo comercial con Turquía.

Dado que Turquía ya ha manifestado oficialmente al Gobierno peruano su intención de negociar un tratado de libre comercio, y en vista de las oportunidades que ofrece el mercado turco y su condición de punto intermedio entre el Perú y grandes mercados emergentes contiguos a ese país, es momento de que, a la vez del anunciado tratado de libre comercio con Rusia próximo a negociarse, el Perú trabaje en un acuerdo con Turquía.

Sin embargo, pese a que esta solicitud fue hecha hace al menos un año por el Gobierno turco, nuestro país no ha ofrecido una respuesta formal.

El Perú tampoco parece haber sopesado que la situación particular de esta eventual negociación, ofrece ventajas que podrían permitirnos obtener de Turquía condiciones distintas a las del acuerdo Perú-UE en varias disciplinas comerciales, y preferencias muy importantes para no afrontar los altos aranceles que este país cobra a las exportaciones agrícolas, textiles y pesqueras de los países con los que no tiene acuerdo comercial. Estas preferencias podrían ser muy superiores a las preferencias específicas que la propia UE ha dado al Perú en el acuerdo firmado.

2. Naturaleza y Características del sistema económico (mercado)

En 2014, el crecimiento turco fue de 3%. Este resultado es inferior a las previsiones. En efecto, Turquía se vio penalizada por el contexto económico mundial, tensiones políticas internas, el reajuste de la política monetaria de Estados Unidos y los conflictos en Irak y Siria.

A pesar de su dinamismo, la economía turca muestra signos de debilidad. El déficit de las cuentas corrientes representa 5,8% del PIB, los financiamientos internos son insuficientes y los hogares se ven confrontados al endeudamiento. El país, que importa masivamente petróleo, aprovechó la baja de los precios a fines de 2014. Los sectores turísticos y las exportaciones aprovecharon la depreciación marcada de la lira turca en 2014. Sin embargo, esta depreciación impactó negativamente el consumo de los hogares y reforzó la inflación (8,7% en 2014). El presupuesto de 2014 era deficitario y el gobierno realizó ahorros, aunque el presupuesto de defensa y seguridad aumentó considerablemente. En noviembre de 2014, el primer ministro Davutoglu anunció un plan de desarrollo económico particularmente ambicioso, cuyo objetivo es que el PIB turco pase de 820 a 1.300 mil millones de USD de aquí a 2018. El Estado prevé sobre todo la construcción de un puente sobre el Bósforo y un tercer aeropuerto en Estambul. El plan, considerado histórico, desea además disminuir la dependencia energética turca y los déficits. Sin embargo, el presidente Erdogan es acusado de autoritarismo. Su antiguo aliado, el predicador Fethullah Gülen, es perseguido y algunos de sus fieles fueron arrestados en 2014. La posición turca ante los terroristas del Estado Islámico también es ambigua, considerando que Erdogan desea antes que nada la caída de Bashar El-Assad. Sobre todo, Turquía teme la creación de un Estado kurdo, siendo que los kurdos representan

15% de la población en Turquía. Por último, en diciembre de 2014 Erdogan manifestó su deseo de regresar a las tradiciones otomanas, en especial volviendo obligatorios los cursos de cultura religiosa a partir de los 6 años.

Principales sectores económicos

La agricultura en Turquía, que representa 8,5% del PNB y emplea a cerca de un cuarto de la población, tiene aún una baja productividad debido a su sistema de gestión (pequeñas explotaciones). Corresponde a 11% del territorio turco. El trigo es el producto principal. El país es el tercer exportador mundial de tabaco y el primer productor de avellanas (70% de la producción mundial). Los recursos minerales son abundantes pero están poco explotados.

La industria manufacturera, principal rama de la actividad industrial del país, corresponde a 27% del PNB y moviliza a más de 26% de la mano de obra local, siendo los sectores del textil y la automoción las principales actividades. El gobierno turco otorga prioridad a los grandes proyectos de infraestructuras, especialmente en el sector del transporte – la mayoría funciona según el modelo COT (construir, operar, transferir).

El sector terciario, que está en pleno desarrollo, aporta algo menos de dos tercios al PIB y emplea a la mitad de la población activa. El turismo representa el 4% del PIB con cerca de 31 millones de turistas al año y casi 22 millones de beneficios.

3. Sistema político legal

Forma de gobierno: Turquía es una república basada en una democracia parlamentaria.

Turquía es un estado "cuasi-democrático" en plena etapa de transición. El ejército tiene un papel importante, aunque informal, en la vida política del país.

El poder ejecutivo

El Presidente de la República es el jefe de Estado. Es elegido por sufragio universal directo para un mandato único de 7 años mediante. El Presidente ejerce una función de árbitro (promulgación de leyes, firma de decretos...) y nombra al Primer Ministro y al Consejo de Ministros. Igualmente es tarea suya nombrar a los órganos judiciales y otros órganos gubernamentales.

El Primer Ministro es el jefe del gobierno. Es elegido por el Parlamento mediante un voto de confianza al gobierno para un mandato de cinco años.

El poder legislativo

El poder legislativo en Turquía es monocameral. El Parlamento, llamado Gran Asamblea Nacional de Turquía, cuenta con 550 escaños cuyos miembros son elegidos mediante sufragio universal para cinco años respetando un sistema de representación proporcional.

Población

Turquía cerró 2014 con una población de 75.837.020 personas.

En 2013, la población masculina ha sido mayoría, con 38.473.360 hombres, lo que supone el 50,18% del total, frente a las 38.194.504 mujeres que son el 49,82%. Turquía presenta una densidad de población moderada, con 97 habitantes por Km², está en el puesto 114 en cuanto a densidad se refiere.

Muchas veces por desconocimiento se tiene la errónea idea de que Turquía es un país musulmán al estilo de algunos países árabes, con mujeres obligadas a cubrirse de pies a cabeza en una sociedad que sigue fielmente los preceptos del Islam. En Turquía no hay dos “clases”; por un lado una minoría elitista, laica y rica, de estilo occidental; y por otro una mayoría más o menos pobre y profundamente religiosa que utiliza vestimentas tradicionales. Todas estas ideas son falsas y fruto de la falta de información y conocimiento real del país, pese a que a menudo son difundidas por los propios medios de comunicación.

Es muy normal ver a mujeres en Turquía vestidas con el tradicional pañuelo islámico usando yendo de compras, asistiendo a una reunión o tomando algo junto a otras vestidas a la europea. A menudo en una misma familia se mezclan distintos tipos de vestimenta, con las personas más ancianas usando el velo y sus nietas vistiendo ropas totalmente occidentales; de hecho, la mayoría de mujeres de Turquía que se cubren la cabeza con el pañuelo visten vaqueros y ropa de marca ala europea.

La cultura en Turquía inició una marcada transición desde la cultura islámica, durante el periodo del Imperio otomano, hacia la cultura occidental a partir de las transformaciones impulsadas por Kemal Atatürk.

La mayor parte de la población se considera a sí misma como euroasiática. La diáspora de ciudadanos turcos en Europa, ha contribuido a extender la cultura de Turquía a través de ese continente. Esta tendencia es principalmente marcada en Alemania donde habitan casi 3 millones de turcos, algunos de los cuales se han abierto un espacio destacado en la cultura de dicho país.

4. Barreras comerciales

Turquía representa un potente mercado, aunque se produzca este año un aterrizaje de la economía turca que comporte un menor crecimiento, el mercado mantiene un enorme interés para los operadores extranjeros que deseen intervenir en él. Su grado de apertura comercial es importante, el 41,5% en 2010. El aumento del comercio exterior ha provocado el incremento de este porcentaje y se espera que esta tendencia continúe en los próximos años. La UE es su principal proveedor, con el 38,9% del cómputo total de las importaciones del país.

A la paulatina mejora en las garantías ofrecidas a los inversores y la simplificación administrativa (todavía mejorable) se unió la aprobación, en enero de 2011, del nuevo Código de Comercio y que se espera contribuya al aumento de la inversión extranjera, en especial la directa, dado que prevé medidas que incorporan estándares y normas de contabilidad aceptadas internacionalmente, además de una mayor transparencia y una aproximación más decidida a la legislación comunitaria.

En las zonas urbanas, la occidentalización del consumo es un hecho, favorecido por la aparición de una emergente clase media que incrementa la demanda de bienes duraderos. La venta de productos

Turquía - Población				
Fecha	Población	Hombres	Mujeres	Densidad
2014	75.837.020			97
2013	76.667.864	38.473.360	38.194.504	98
2012	75.627.384	37.956.168	37.671.216	97
2011	74.724.269	37.532.954	37.191.315	95
2010	73.722.988	37.043.182	36.679.806	94
2009	72.561.312	36.462.470	36.098.842	93
2008	71.517.100	35.901.154	35.615.946	91
2007	70.586.256	35.376.533	35.209.723	90
2006	69.689.256	34.940.342	34.748.914	89
2005	72.519.974	36.574.211	35.945.763	93
2004	71.610.009	36.124.254	35.485.755	91
2003	70.692.009	35.667.247	35.024.762	90
2002	69.770.026	35.211.246	34.558.780	89
2001	68.838.069	34.752.263	34.085.806	88
2000	67.895.581	34.287.774	33.607.807	87
1999	66.889.425	33.788.954	33.100.471	85
1998	65.786.563	33.238.999	32.547.564	84

extranjeros se realiza a través de importadores y agentes, cuyos servicios resultan imprescindibles dada la existencia de barreras como el idioma o la fragmentación y escasa diversificación de la estructura de distribución. En las principales ciudades están apareciendo grandes distribuidores (cadenas de supermercados e hipermercados), se están abriendo grandes centros comerciales y se está produciendo el desarrollo de nuevas estructuras integradas a escala nacional.

Para negociar con la Administración turca, es indispensable contar con un representante en Ankara que disponga de buenos contactos. Las compras públicas se deciden asimismo en la capital.

Existen las siguientes barreras comerciales:

- Problemas en el acceso de los productos farmacéuticos
- Requerimientos adicionales a las homologaciones
- Problemas en el acceso de los vinos y las bebidas espirituosas
- Licencias de importación y complejidad normativa para alimentos
- Medidas de salvaguardia a las importaciones de artículos de viaje
- Registro de importaciones de productos textiles y complementos
- Restricciones a la importación de bovino
- Licencias no automáticas en ciertos productos siderúrgicos
- Carencia en la protección de los derechos de propiedad intelectual e industrial

5. Bien o servicio a exportar o negociar (OPORTUNIDAD DE NEGOCIO)

El 21 y 22 de octubre de 2013, durante las Reuniones Exploratorias del TLC Perú - Turquía, las delegaciones de ambos países anunciaron su intención de iniciar negociaciones para un Tratado de Libre Comercio entre Perú y Turquía. Se formalizó esta decisión mediante el establecimiento de los Términos de Referencia del Acuerdo, elaborados y firmados el día 22 de octubre de ese mismo año.

Es importante resaltar que Turquía tiene una población de 74.9 millones de habitantes, es la decimoséptima economía a nivel global y la séptima de Europa, con una proyección de crecimiento de 3.8% para el 2013 y 3.5% para el 2014.

Es también miembro activo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), organismo que agrupa a los países más avanzados y desarrollados del mundo, y es también integrante del Grupo de los 20 (G20, que agrupa a los países industrializados y emergentes).

Sobre el acuerdo:

Las Partes han acordado negociar los siguientes temas:

- Acceso a mercado de mercancías
- Reglas y procedimientos de origen
- Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio
- Defensa Comercial
- Obstáculos Técnicos al Comercio
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- Comercio de Servicios
- Propiedad Intelectual
- Competencia

- Transparencia
- Cooperación
- Solución de Diferencias
- Asuntos Legales e Institucionales

Tercera ronda de negociaciones del TLC Perú -Turquía tuvo importantes avances

Tras culminar la tercera ronda de negociaciones para la futura suscripción de un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y Turquía, la ministra de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Magali Silva., manifestó que se lograron importantes avances en diversos temas.

Además, sostuvo que dentro de las negociaciones llevadas a cabo entre el 5 y 8 de mayo dentro del Ministerio de Economía de Turquía (con sede en capital Ankara), también se lograron progresos en temas pendientes dentro del capítulo de Competencia quedando muy cerca de cerrar esa parte. Igualmente, en esta tercera ronda se realizaron reuniones de los grupos de Acceso a Mercados, Servicios, Propiedad Intelectual, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Inversiones, Obstáculos Técnicos al Comercio, Asuntos Legales e Institucionales, Aduanas y Facilitación de Comercio y Reglas de Origen.

La ministra Silva remarcó la importancia de esta negociación, ya que le permitirá a nuestro país acceder a un mercado potencial de casi US\$ 400 millones.

6. Estrategia de exportación

La idea de negocio que estamos planteando es lograr vender Alfombras de Piel de Alpaca en Turquía, para esto desarrollaremos la siguiente estrategia de exportación:

1. Conocer el ambiente internacional y la exportación
2. Decidir exportar o no exportar
3. Identificar e investigar mercados y clientes
4. Decidir cómo entrar en el mercado
5. Identificar qué necesita adaptar para entrar al mercado
6. Organizar la estrategia y el plan de exportación.

El Plan de Negocio de Exportación, va a involucrar:

- Análisis potencial del exportador
- Plan estratégico y Organizacional
- Análisis del producto en el mercado objetivo
- Plan de Marketing
- Análisis de la gestión exportadora

Ferias y Publicidad

Analizamos las ferias especiales internacionales que pueden extender la visión de la exportación de nuestro producto y así se siguen las innovaciones y desarrollos; se desarrollan estrategias con el objeto de que participemos efectivamente en los eventos internacionales, y se asegura la coordinación con potenciales clientes.

Capacitaciones, Seminarios y Conferencias

Estadísticas de Exportación

Informes por Países

Publicaciones Periódicas en medios

7. Conclusiones

- Las alfombras Kurmitay no son simplemente un adorno común para decorar, sino que representan una riqueza de la cultura peruana.
- Las alfombras son de excelente calidad, porque la piel de alpaca es reconocida en el mundo por su durabilidad y fineza además que son 100% hipo alérgica.
- El envase y embalaje utilizado para las alfombras son de altísima conservación, porque si no se conserva en óptimas condiciones la fibra, la alfombra de piel de alpaca podría deteriorarse de una forma más rápida.
- Sin duda el éxito de toda empresa radica en sus clientes. Al ser nuestro mercado de destino Turquía, lo que buscarán es la distinción entre lo común. De esta manera se podrá difundir nuestra mercancía entre un estatus social elevado pudiendo ser los futuros compradores.

8. Referencias

- <https://semanariocomexperu.wordpress.com/elsiguiente-paso-es-con-turquia/>
- <https://santandertrade.com/es/analizarmercados/turquia/politica-y-economia>
- <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/turquia>
- http://www3.icex.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394_6735493_6742676_4560474_4560296,00.html
- http://www.hispanatolia.com/seccion/34/id_cat,9/id,861/id_cat,9/la-sociedad-turca
- <http://www.barrerascomerciales.es/Fichas.aspx?pais=Turqu%c3%ada>
- http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=284:inicio&catid=177:inicio-turquia&Itemid=196
- http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/Reporte_bilateral/asia/turquia_marz_14.pdf
- <http://www.smartexport.com/es/todos-paises.html>
- http://www.avsf.org/public/posts/1559/folleto_mercado_mundial_alpacas_feb2014_avsf.pdf
- http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=13&pnomproducto=Alfombras
- <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/13pdf2015Feb04.pdf>
- <https://es.santandertrade.com/analizarmercados/turquia/llegar-al-consumidor>
- <http://turquiaysushuellas.blogspot.com/2010/09/turquia-kilims-y-sumaks.html>
- [http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/teledesp/merprohi.htm\(productos prohibidos de exportación y productos exceptuados y no comprendidos en el anexo2\)](http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/teledesp/merprohi.htm(productos prohibidos de exportación y productos exceptuados y no comprendidos en el anexo2))
- Negocios internacionales. Michael R. Czinkota. Ilkka A. Ronkainen. Michael H. Moffett. 2007 Séptima Edición. México. Thomson.
- Daniels, Radebaugh, Sullivan. 2010. Negocios Internacionales: AMBIENTES Y OPERACIONES” Décima segunda edición. Pearson Educación. 2010. México.
- <http://periodismoenlinea.org/negocios/23054/mincetur-tercera-ronda-negociaciones-tlc-peruturquia-tuvo-importantes-avances>