

TURQUÍA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS



Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) – Gerencia Técnica

Mayo 2010

ÍNDICE GENERAL

	Página
SUMARIO	4
1. TURQUÍA: PANORAMA GENERAL	5
1.1. Perfil País	6
2. COMERCIO EXTERIOR DE TURQUÍA	6
2.1. Exportaciones	7
2.2. Importaciones	8
3. COMERCIO BILATERAL BOLIVIA – TURQUÍA	8
3.1. Exportaciones de Bolivia a Turquía	9
3.2. Importaciones en Bolivia desde Turquía	9
3.3. Conclusiones	10
4. ACUERDOS COMERCIALES	11
4.1. Acuerdos Comerciales de Turquía	11
4.2. Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Turquía	11
5. NORMAS DE IMPORTACIÓN EN TURQUÍA	13
5.1. Aranceles de Importación	13
5.2. Contingentes Arancelarios de Importación	14
5.2.1. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y otros gravámenes	14
5.2.2. Prohibiciones y Medidas de Salvaguardia	14
5.3. Normas de Origen	14
5.4. Normas Técnicas y de Calidad	15
5.4.1. Normas Técnicas	15
5.4.2. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	15
6. ASPECTOS BÁSICOS PARA NEGOCIAR CON TURQUÍA	15
6.1. Tips de Negociación	16
6.2. Logística del Transporte	16
6.2.1. Transporte Aéreo	16
6.2.2. Transporte Marítimo	17
7. FERIAS Y SITIOS DE COMERCIO VIRTUAL	17
7.1. Ferias	17
7.2. Sitios de Comercio Virtual	18
8. FUENTES DE INFORMACIÓN	18
8.1. Sitios Web	18
9. FUENTES FOTOGRÁFICAS	19
10. CONTACTO	20

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 1.1. Perfil País.....	6
Cuadro N° 2.1. Turquía: Comercio con el mundo.....	7
Cuadro N° 2.2. Turquía: Exportaciones al mundo	7
Cuadro N° 2.3. Turquía: Importaciones desde el mundo	8
Cuadro N° 3.1. Bolivia: Relación comercial con Turquía	8
Cuadro N° 3.2. Bolivia: Principales productos exportados a Turquía	9
Cuadro N° 3.3. Bolivia: Principales productos importados desde Turquía.....	10
Cuadro N° 4.1. Lista de productos cubiertos por el SGP de Turquía.....	12

SUMARIO

El presente boletín manifiesta datos de naturaleza económica y comercial reflejados mediante la descripción y el análisis de estadísticas comerciales, que permiten identificar las posibilidades de incrementar el comercio entre Bolivia y Turquía.

Comercio Exterior de Turquía

Turquía realizó el año 2009 importaciones por USD 132.968 millones y su comercio experimentó un aumento de más de USD 46.139 millones, lo que significa un 24,3% de crecimiento en relación al año 2005.

Principales mercados proveedores de las importaciones de Turquía

Los principales proveedores de mercancías con destino a Turquía en la gestión 2009, según el valor en dólares estadounidenses, fueron los siguientes países: Alemania, Rusia, China, EE.UU., Italia, Francia, España, Reino Unido, Ucrania y Corea del Sur.

Principales mercados de destino de las exportaciones de Turquía

Los países que destacaron como los principales importadores de mercancías turcas en la gestión 2009, según el valor en dólares estadounidenses, fueron: Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Irak, Suiza, EE.UU., Rusia, Emiratos Árabes Unidos y España.

Comportamiento de la exportación boliviana a Turquía

En el año 2009 la oferta exportable boliviana destinó productos al mercado turco por USD 390 mil. Destacándose los siguientes productos exportados: hojas de madera para chapado y contrachapado, semillas de sésamo (ajonjolí) y lana.

Oportunidades de comercio para Bolivia en el mercado turco

Bolivia ocupó la posición 138 en el ranking de países proveedores de Turquía en 2009, representando sólo el 0,0003% de sus importaciones.

Por lo tanto, existen buenas posibilidades de explotar aún más este mercado ya que como veremos en este boletín, los productos bolivianos pueden someterse al régimen de incentivos especiales del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Turquía.

¡Nosotros podemos ayudarlo!

Para mayor información tomar contacto con el Gerente Técnico del IBCE, Ing. Limberg Menacho Ardaya – con 16 años de experiencia en Asistencia Técnica en Comercio Internacional e Integración – o visite nuestro renovado Sitio Web: www.ibce.org.bo

1. TURQUÍA: PANORAMA GENERAL



La República de Turquía, es un país ubicado en el extremo sureste de Europa, su territorio está limitado por Bulgaria, Georgia y el Mar Negro (al norte); el Mar Mediterráneo, Siria e Irak (al sur); Grecia y el Mar Egeo (al oeste); y Armenia, Azerbaijón e Irán (al este).

La geografía turca está compuesta por una meseta central (Anatolia) rodeada por cadenas de montañas sobre el norte, oeste y sur del país, cuyo pico máximo es el Monte Ararat con 5.165 metros de altura. Largos ríos como el Éufrates y el Tigris, permiten obtener energía hidroeléctrica e irrigación. El clima varía según las regiones y cuenta con 7.200 Km. de costa.

Turquía posee un territorio en el que se desarrollaron civilizaciones importantes como los hititas, asirios y griegos. Formó parte del Imperio Romano (luego Imperio Bizantino). Finalmente fue parte del Imperio Otomano (cuya capital era Estambul) que finalizó después de la I Guerra Mundial, cuando Turquía pasó a la vida republicana.

La economía turca es una compleja mezcla entre la industria moderna y el sector agrícola tradicional. El sector industrial más amplio es el de los textiles. Pero, los sectores automotriz, electrónico, minero (carbón, hierro, cobre y oro entre otros) y turístico están incrementando su importancia considerablemente debido a la creciente privatización de las empresas en los últimos años.

Turquía se ha convertido en una de las economías más atractivas y dinámicas del mundo, debido a que primero, el mercado turco tiene una población superior a los 70 millones de personas y segundo, la edad promedio de dicha población es de 28 años, es decir un mercado joven que ha aumentado el consumo de bienes y servicios occidentales.

En otro orden de cosas, Turquía es candidato a ingresar a la Unión Europea desde 2005, objetivo que no ha conseguido debido fundamentalmente a dos razones: una razón tiene que ver con las diferencias culturales y religiosas (el 98% de la población turca es musulmana). Otra razón tiene que ver con las asimetrías económicas y sociales que aún existen entre Turquía y el resto de los miembros de la Unión Europea, que generan susceptibilidades especialmente sobre las políticas migratorias.

Turquía está marcada por su posición geográfica. Ejerce una función importante de nexo entre "occidente" y "oriente" al estar ubicada justo entre los países de Europa Oriental, Cáucaso, Medio Oriente y Rusia. Para la gestión 2009 - 2010 Turquía forma parte del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas como Miembro No Permanente.

1.1. Perfil País

DATOS GENERALES	
FORMA DE GOBIERNO	Democracia Parlamentaria.
JEFE DE ESTADO	Presidente Abdullah Gül (desde agosto de 2007).
JEFE DE GOBIERNO	Primer Ministro Recep Tayyip Erdogan (desde marzo de 2003).
POBLACIÓN (2009)	72.561.312 habitantes.
SUPERFICIE	783.562 Km. ²
DENSIDAD DE POBLACIÓN	93 habitantes por Km. ²
CAPITAL	Ankara.
DIVISIÓN POLÍTICA	81 Provincias. Las ciudades más importantes son: Ankara, Istambul (Estambul), Izmir, Adana y Antalya.
PUERTOS PRINCIPALES	Gemlik, Hopa, Trabzon, Samsun, Iskenderun, Mersin, Estambul, Kocaeli (Izmit), Izmir y Nemrut.
MONEDA	Lira Turca (TL).
IDIOMA	Turco, kurdo y otras lenguas minoritarias.
DÍA DE LA CONSTITUCIÓN	29 de octubre de 1923 (sucesión al Imperio Otomano).
CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO (2008)	1,3%
ESPERANZA DE VIDA	Mujeres: 74 años. Hombres: 70 años.
DATOS ECONÓMICOS	
PIB ¹	USD 863.300 millones, estimado 2009 (Posición 18° en el mundo).
PIB PER CÁPITA ¹	USD 11.200, estimado 2009 (Posición 98° en el mundo).
CRECIMIENTO DEL PIB ¹	-5,6 % estimado 2009.
TASA DE DESEMPLEO ¹	14,5 % estimado 2009.
INFLACIÓN ¹	6,5 % estimado 2009.
EXPORTACIÓN ²	USD 103.421 millones.
IMPORTACIÓN ²	USD 132.968 millones.

Fuente: (1) The World Factbook

(2) Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Mayo 2010)

2. COMERCIO EXTERIOR DE TURQUÍA

El cuadro 2.1 muestra el saldo negativo en la Balanza Comercial de Turquía, que asciende a USD 29.546 millones para el año 2009. Sin embargo, su comercio exterior (la suma de las exportaciones más las importaciones) aumentó en USD 46.139 millones, es decir más del 24% en relación al año 2005.

TURQUÍA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS

Cuadro N° 2.1.
Turquía: Comercio con el mundo
Gestiones 2005 – 2009
(En millones de dólares estadounidenses)

AÑO	2005	2009	CRECIMIENTO 2005 - 2009 %
EXPORTACIONES	73.476	103.421	40,8
IMPORTACIONES	116.774	132.968	13,9
SALDO COMERCIAL	-43.298	-29.546	-31,8

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Mayo 2010)

2.1. Exportaciones

En la gestión 2009, las exportaciones de Turquía presentaron un crecimiento del 41% respecto al año 2005. Los principales productos y destinos de las exportaciones turcas fueron aquellos que se pueden apreciar en el Cuadro 2.2.

Cuadro N° 2.2.
Turquía: Exportaciones al mundo
Gestión 2009
(En millones de dólares estadounidenses)

Producto	Valor USD	Principales Países de Destino
Oro en bruto	4.635	Suiza (3.328); Emiratos Árabes Unidos (645); Sudáfrica (601)
Barras de hierro	3.817	Egipto (1.005); Emiratos Árabes Unidos (694); Irak (351)
Alcohol de aviación	2.464	Líbano (440); Gibraltar (326); Emiratos Árabes Unidos (320)
Otros productos	92.505	Italia (5.899); EE.UU. (3.245); Rusia (3.204)
TOTAL	103.421	Alemania (9.801); Francia (6.214); Reino Unido (5.922)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Mayo 2010)

2.2. Importaciones

En el período 2005-2009, las compras realizadas por Turquía desde el mundo se incrementaron en un 14%. Los principales productos importados por Turquía y sus respectivos proveedores fueron:

Cuadro N° 2.3.
Turquía: Importaciones desde el mundo
Gestión 2009
(En millones de dólares estadounidenses)

Producto	Valor USD	Principales Países Proveedores
Destilados de petróleo ligero	7.321	Rusia (4.078); EE.UU. (359); Italia (338)
Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	6.415	Rusia (2.729); Irán (1.406); Arabia Saudita (910)
Desperdicios y desechos de hierro o de acero	4.230	EE.UU. (1.034); Rumania (534); Países Bajos (417)
Otros productos	115.001	Francia (7.089); España (3.774); Reino Unido (3.470)
TOTAL	132.967	Alemania (14.090); Rusia (13.657); China (12.661)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Mayo 2010)

3. COMERCIO BILATERAL BOLIVIA – TURQUÍA

La balanza comercial entre Bolivia y Turquía para el período 2005-2009 registró un creciente saldo negativo para nuestro país, que alcanzó los USD 6,7 millones en la gestión 2009. Por otro lado, la participación de las ventas a Turquía apenas significaron un 0,007% de las exportaciones bolivianas en 2009 (Véase el cuadro 3.1.).

Cuadro N° 3.1.
Bolivia: Relaciones Comerciales con Turquía
Gestiones 2005 - 2009 (p)
(En miles de dólares estadounidenses)

PAÍSES	2005			2007			2009 (p)		
	X V. FOB	M. V. CIF	Saldo Comercial	X V. FOB	M. V. CIF	Saldo Comercial	X V. FOB	M. V. CIF	Saldo Comercial
TURQUÍA	191	714	-523	270	1.923	-1.653	391	7.148	-6.757
TOTAL BOLIVIA	2.867.424	2.438.882	428.542	4.821.822	3.583.159	1.238.663	5.365.528	4.460.937	904.591

TURQUÍA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS

TURQUÍA / TOTAL BOLIVIA (en %)	0,007	0,03		0,006	0,06		0,007	0,16	
--------------------------------	-------	------	--	-------	------	--	-------	------	--

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas – INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Mayo 2010)

(p): Cifras preliminares

Nota: el cuadro no incluye reexportaciones ni efectos personales.

3.1. Exportaciones de Bolivia a Turquía

Durante el año 2009, Bolivia exportó un total de USD 390.901 a Turquía. No obstante, sólo cuatro productos concentran la totalidad del valor exportado para la gestión pasada (Véase el cuadro 3.2.).

Cuadro N° 3.2.
Bolivia: Principales productos exportados a Turquía, 2009 (p)
(Expresado en kilogramos brutos y dólares estadounidenses)

Principales Productos Exportados a Turquía	Volumen (KG)	Valor (USD)	Crecimiento 2005 - 2009 %
Hojas de madera para chapado y contrachapado	95.760	196.224	6,0
Semillas de sésamo (ajonjolí)	41.817	109.735	100,0
Lana y pelo fino enrollado en bolas	18.861	84.696	100,0
Muebles de madera	84	246	100,0
TOTAL DE PRODUCTOS EXPORTADOS A TURQUÍA	156.522	390.901	56,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas – INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Mayo 2010)

(p): Cifras preliminares

3.2. Importaciones en Bolivia desde Turquía

Durante la gestión 2009, Bolivia importó desde Turquía un total de USD 7,1 millones; de éstos, los 10 principales productos representaron un 79% del total importado (Véase el cuadro 3.3.).

**Cuadro N° 3.3.
Bolivia: Principales productos importados desde Turquía, 2009 (p)
(Expresado en kilogramos brutos y dólares estadounidenses)**

Principales Productos Importados desde Turquía	Volumen (KG)	Valor (USD)	Crecimiento 2005 - 2009 %
Perfiles de hierro o acero sin alear en "L"	5.293.516	4.083.868	100,0
Tractores	53.947	356.524	100,0
Perfiles de hierro o acero sin alear en "T"	354.771	271.453	100,0
Chapas, barras, perfiles, tubos y similares de hierro o acero	396.960	191.052	100,0
Fibras sintéticas para costura	62.208	162.043	100,0
Tabaco	26.700	153.271	100,0
Barras de hierro o acero sin alear	193.800	120.398	100,0
Barras de hierro o acero sin alear con muescas, cordones, surcos o relieves	132.810	104.092	125,7
Chocolates en bloques, rellenos, en tabletas o barras	161.752	100.209	100,0
Los demás perfiles de hierro y acero sin alear	105.240	77.559	100,0
Otros productos importados	1.320.479	1.527.823	31,9
TOTAL DE PRODUCTOS IMPORTADOS DESDE TURQUÍA	8.102.183	7.148.292	80,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Mayo 2010)

(p): Cifras preliminares

3.3. Conclusiones

El comercio exterior entre Bolivia y Turquía presentó un constante crecimiento en el período de análisis (los últimos cinco años), mas no fue suficiente para convertir a este último en un mercado significativo para las exportaciones bolivianas. Este aspecto hace entrever el limitado conocimiento acerca de las bondades que ofrece el mercado turco.

Las importaciones bolivianas desde Turquía se incrementaron en un 81% para el período 2005-2009, generando así una balanza comercial negativa.

El mercado turco concede preferencias arancelarias a países en desarrollo como Bolivia, que pueden ayudar a incrementar el flujo de comercio de exportación a ese país, como veremos más adelante.

4. ACUERDOS COMERCIALES

Los acuerdos comerciales tienen como finalidad más importante la promoción del comercio entre sus Miembros. Por consiguiente, para el sector exportador boliviano es de vital relevancia tener conocimiento de los mismos, ya que a partir de éstos puede incrementar sus posibilidades de ingreso en nuevos mercados.

4.1. Acuerdos Comerciales de Turquía

Turquía mantiene acuerdos comerciales con diferentes países y bloques comerciales del mundo. Especialmente mantiene una buena relación comercial con sus vecinos de la región euroasiática.

En 1985, Turquía conformó la Organización de Cooperación Económica (OCE) junto a Irán y Pakistán. En el marco de esta organización, los países miembros se conceden preferencias arancelarias mutuamente, es por eso que años después (1992) se adhirieron a la misma, siete de los países que conformaban la ex U.R.S.S. y que pertenecen a la región del Cáucaso.

Por otra parte, desde hace 10 años Turquía ha establecido relaciones comerciales con los países que conformaban la ex Yugoslavia, como Bosnia Herzegovina, Croacia, Macedonia y Montenegro con quienes ha firmado Acuerdos bilaterales de Libre Comercio.

También ha establecido Acuerdos de Libre Comercio de forma bilateral con Israel, Marruecos, Siria, Túnez, la Autoridad Palestina, Egipto, Georgia y Albania.

Sin embargo, su principal Acuerdo de Libre Comercio es el que estableció en el año 1995 con la Unión Europea, que complementó su relación comercial con Europa Occidental ya que en 1992 firmó un Acuerdo de Libre Comercio con la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC o EFTA por sus siglas en inglés).

El año pasado Turquía firmó un Acuerdo de Libre Comercio con Chile (aún no está en vigencia), que puede ser el fundamento de una red de Acuerdos Comerciales para que los turcos puedan ingresar a Latinoamérica como potenciales inversores y consumidores de bienes y servicios. Además del país trasandino Argentina, México y especialmente Brasil mantienen un interesante intercambio comercial con Turquía.

4.2. Sistema Generalizado de Preferencias Comerciales (SGP) de Turquía

Como ya se mencionó en este boletín, Turquía es candidato a ingresar en la Unión Europea, lo que ha impulsado una adecuación de su política comercial. Por tal motivo, en conformidad con las Comunidades Europeas (CE), Turquía otorga trato preferencial en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), vigente desde el año 2002.

Los países beneficiarios del SGP se anuncian anualmente en un listado que aparece en los anexos del régimen de importación de Turquía. Entre los beneficiarios se

TURQUÍA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS

encuentran Bolivia y 14 países más, seleccionados de acuerdo con el régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza.

En vista de esto, los productos bolivianos que se benefician de dicho tratamiento preferencial son esencialmente los productos terminados y semiterminados como las manufacturas de madera, artículos de cestería, textiles, fibras sintéticas. También encajan dentro de los beneficios algunas materias primas con un nivel mínimo de industrialización. Mientras que los productos agropecuarios en su gran mayoría están excluidos debido a su sensibilidad para la producción turca.

En general, la reducción del arancel en el marco del SGP de Turquía es del 3,5% con respecto al arancel del tipo Nación Más Favorecida (NMF). Sin embargo, para los capítulos 50 a 63 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), la reducción es del 20%, denotando amplias posibilidades de comercio en textiles y confecciones.

Como promedio el arancel bajo el esquema del SGP de Turquía es de 48,6% para los productos previstos en las secciones 1 a 24 del Sistema Armonizado (SA), y del 2% para los productos previstos en las secciones 25 a 97 del arancel. El cuadro 4.1., presenta la lista ordenada por capítulos y secciones de dicho arancel junto con sus excepciones a favor y en contra para los productos bolivianos en Turquía.

Cuadro 4.1.
Lista de productos cubiertos por el SGP de Turquía

SECCIÓN (SA)	CAPÍTULO	ARANCEL (del 0%)	EXCEPCIONES	
			A FAVOR	EN CONTRA
I	1 - 3	No es aplicable		
	4	No es aplicable	Pastas lácteas para untar.	
II	5	0%		Cochinilla e insectos similares.
	6	No es aplicable		
	7	No es aplicable	Maíz dulce.	
	8	No es aplicable		
	9	No es aplicable	Hierba Mate.	
	10 - 12	No es aplicable		
	13	0%		Materias pécticas, pectinatos y pectatos.
III	14	0%		
	15	No es aplicable	Grasa de lana y sustancias derivadas (lanolina); Aceite de jojoba, de tung y sus fracciones; Margarina; Linosina; Glicerol; Ceras vegetales; Cera de abejas.	
IV	16	No es aplicable		
	17	No es aplicable	Fructosa químicamente pura; Confitería sin cacao.	
	18	No es aplicable	Pasta de cacao; Manteca, grasa y aceite de cacao; Cacao en polvo sin adiciones; Chocolate y demás preparaciones que contengan cacao.	
	19	0%		Pastas de quinua; Galletas dulces.
	20	No es aplicable	Maíz dulce conservado o preparado; Papas; Palmito.	

TURQUÍA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS

	21	0%		Concentrados de proteínas y sustancias proteicas texturadas; Hidrolizados de proteínas.
	22	0%		Vino de uvas frescas; Las demás bebidas fermentadas; Vinagre.
	23	No es aplicable		
	24	0%		Tabaco en rama sin elaborar.
V	25	0%		Sal desnaturalizada; Sal industrial.
	26	0%		Minerales de hierro y sus concentrados (no aglomerados); Minerales de manganeso y sus concentrados.
	27	0%		
VI	28	0%		Metales alcalinos; Óxido de aluminio; Hidróxido de aluminio; Uranio empobrecido en U235; Agua pesada (óxido de deuterio).
	29 - 30	0%		Manitol.
	31 - 34	0%		Abonos minerales o químicos nitrogenados; Extracto de mimosa (acacia); Abonos minerales o químicos nitrogenados.
	35 - 38	0%		Albúminas; Dextrinas; Pegamentos; Aprestos y productos de acabado; Sorbitol.
VII - VIII	39 - 43	0%		
IX - XIV	44 - 71	0%		Lana cardada.
XV	72	No es aplicable		
	73	0%		Tablestacas de hierro o acero; Rieles.
	74	0%		
	75	0%		
	76	0%		Aluminio en bruto.
	78	0%		Plomo en bruto.
	79	No es aplicable	Barras, perfiles y alambres de cinc; Chapas, hojas, tiras de cinc.	
	80	0%		
	81	No es aplicable	Desperdicios y desechos de los demás metales comunes.	
	82	0%		
	83	0%		
XVI - XVIII	84 - 92	0%		
XIX	93 - 97	No es aplicable	Armas de guerra, excepto revólveres, pistolas y armas blancas.	
XX - XXI	94 - 97	0%		

Fuente: Republic of Turkey Undersecretariat of Customs. (Subsecretaría de Aduanas de la República de Turquía)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior IBCE – (Mayo 2010)

5. NORMAS DE IMPORTACIÓN EN TURQUÍA

5.1. Aranceles de Importación

El Arancel de Importación de Turquía se basa en la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA) de 2007. El promedio del arancel Nación Más Favorecida (NMF) es del 48,8% para los productos correspondientes a los capítulos 1 al 24 del SA y del 4,2% para los productos que corresponden a los capítulos 25 a 97 del SA. Todos los derechos de importación se calculan en función del valor CIF de las mercancías.

5.2. Contingentes Arancelarios de Importación

Un contingente arancelario es todo valor o cantidad predeterminada de un producto dado, que puede importarse durante un período específico con una reducción de los derechos de aduana normales, y por encima del cual toda cantidad adicional de ese producto puede importarse pagando los derechos de aduana normales.

Turquía aplica contingentes arancelarios de importación a ciertos productos textiles y prendas de vestir, como uno de los requisitos para la armonización de su política de importación con la de las Comunidades Europeas.

5.2.1. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y otros gravámenes

El IVA que se aplica en el caso de los productos agrícolas y básicos es del 1 a 8% y del 18% en algunos productos no agrícolas y artículos de lujo, sobre el valor en aduana de las importaciones. Adicionalmente se aplica el gravamen destinado al Fondo Público para la Vivienda a las importaciones de pescado y productos de la pesca.

El Impuesto Especial de Consumo, que entró en vigor en agosto de 2002, está destinado a los productos derivados del petróleo, vehículos automóviles, bebidas alcohólicas, productos del tabaco y artículos de lujo. Por último el Ministerio de Hacienda percibe un derecho de timbre de 28 Liras Turcas sobre todas las declaraciones fiscales realizadas por personas físicas o jurídicas.

5.2.2. Prohibiciones y Medidas de Salvaguardia

La ley turca prohíbe la importación de diversos productos por razones relacionadas con el medio ambiente, la seguridad pública, la salud, la moral pública o el cumplimiento de compromisos internacionales.

Se requieren licencias para la importación de diversas categorías de productos, incluidos algunos vehículos automóviles, equipos de transmisión, productos químicos, abonos, especies amenazadas de fauna y flora silvestres, disolventes y productos del petróleo, así como determinados sustitutos del azúcar. Los importadores de esos artículos deben obtener una autorización expedida por las autoridades competentes.

Turquía ha incrementado sus medidas de salvaguardia durante los últimos años, y ha impuesto medidas definitivas, para todos los países, sobre productos tales como las motocicletas, la sal, las planchas de vapor, las aspiradoras, el calzado, los voltímetros y demás transformadores de medida.

5.3. Normas de Origen

Turquía aplica normas de origen no preferenciales y preferenciales a las importaciones siguiendo la misma línea que la Unión Europea.

En el caso de las normas de origen no preferenciales, éstas atribuyen el origen del producto al país en el que se hubiese obtenido totalmente o en el que se haya efectuado la última transformación sustancial y una etapa importante de fabricación. Las normas de origen preferenciales, se basan en criterios relacionados con el grado de elaboración o el valor añadido.

5.4. Normas Técnicas y de Calidad

5.4.1. Normas Técnicas

La Subsecretaría de Comercio Exterior de Turquía es la entidad nacional encargada de brindar información sobre reglamentos técnicos. Por otro lado, el centro nacional de información encargado de las normas es el Instituto Turco de Normas (TSE).

Según las autoridades turcas, los reglamentos técnicos tienen fines relacionados con la salud, la seguridad, el medio ambiente y la protección de los consumidores. Turquía ha seguido las prescripciones técnicas de la Unión Europea.

5.4.2. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF)

La importación de productos farmacéuticos, medicamentos, algunos productos médicos, productos cosméticos, detergentes, alimentos y materiales de contacto, productos de la pesca y productos agropecuarios y veterinarios están sujetos a control sanitario.

Las importaciones de productos agropecuarios y alimentos requieren un "certificado de control" emitido por el Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales de Turquía; las importaciones de productos farmacéuticos, medicamentos, algunos productos médicos fungibles, cosméticos y detergentes requiere un certificado de control emitido por el Ministerio de Sanidad.

Turquía ha seguido armonizando sus normas sanitarias y fitosanitarias con las de las Comunidades Europeas (CE), así como con las de la Comisión del Codex Alimentarius, la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y otras normas internacionales.

También aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de enero de 2006. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera.

6. ASPECTOS BÁSICOS PARA NEGOCIAR CON TURQUÍA

Los turcos son muy orgullosos de su cultura y tradición. Siempre hay que recordar las épocas del año que son importantes para ellos, como el Ramadán por ejemplo. Sin embargo, debido a su cercanía geográfica y los lazos históricos con los países europeos, en ciudades como Estambul se ha adoptado el estilo de vida occidental.

Las entrevistas de negocio deben programarse con la suficiente anticipación. En general, un contacto personal es la base para una buena relación de negocios con la contraparte turca.

6.1. Tips de Negociación

- Para los turcos es importante permitirse un tiempo para conversar antes del inicio de una agenda de negocios. Son frecuentes las preguntas sobre los antecedentes y educación de su contraparte y otros temas generales.
- Muchas de estas preguntas que realicen los turcos, pueden parecer irrelevantes para los negociadores occidentales, no obstante, se aconseja disfrutar la conversación y esperar a que sean ellos quienes entren en materia de negocios.
- Hay que tener cuidado con el lenguaje corporal. No es bien visto cruzar los brazos o las piernas durante una conversación. De igual forma, al igual que en el resto de los países musulmanes, en Turquía es considerado ofensivo mostrar la suela de los zapatos.
- Otra característica de la contraparte turca es su gran sentido del humor, el cual consideran un signo de inteligencia. En los negocios familiares, las decisiones son frecuentemente tomadas por el patriarca de la familia.
- Los turcos son grandes anfitriones, durante las reuniones siempre ofrecen té o café turco (los cuales se sirven muy calientes) se debe aceptar siempre la invitación y beber en sorbos cortos.
- En Turquía se fuma mucho en todo momento, incluso en almuerzos y reuniones.
- Las reuniones de negocios son un poco más lentas que en los países occidentales y el idioma utilizado para los negocios es el inglés.

6.2. Logística de Transporte

6.2.1. Transporte Aéreo

Turquía dispone de una amplia red de aeropuertos. Los principales aeropuertos a los cuales se dirigen pasajeros y cargas son: el Ankara Esenboga Airport de la capital Ankara, el Izmir Adnan Menderes International Airport de la turística ciudad de Izmir y el Atatürk International Airport de Estambul, el centro económico de Turquía.

El aeropuerto más importante de Turquía es el Atatürk International Airport de Estambul, cuya administración está bajo el operador privado TAV Airports Holding (empresa líder del negocio en la región de Medio Oriente, el Norte de África y el Cáucaso). Cada año el aeropuerto de Estambul acoge a más de 23 millones de pasajeros.

La principal línea aérea de Turquía es Turkish Airlines que cuenta con más de 150 ciudades de destino y es una empresa reconocida internacionalmente. Aunque no existen vuelos directos para la movilización de carga desde Bolivia hacia Turquía, líneas aéreas como LAN e Iberia ofrecen conexiones en Lima y Madrid u otras ciudades de Europa.

6.2.2. Transporte Marítimo

El país cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 80 puertos distribuidos a lo largo de su territorio. Los puertos se pueden clasificar de acuerdo a la región en la que se localizan. De manera que se dividen en los puertos que tienen salida hacia el Mar Mediterráneo, el Mar Negro, el Mar Egeo, el Estrecho de Bósforo (que separa la parte europea de la parte asiática de Turquía) y el Mar Marmara.

La mayoría de los servicios se dirigen hacia los puertos de: Gemlik, Hopa, Trabzon y Samsun (con salida al Mar Negro); Iskenderun y Mersin (con salida al Mar Mediterráneo); Kocaeli (Izmit) y Estambul (con salida al Mar Marmara), Izmir y Nemrut (con salida al Mar Egeo).

En el caso de las exportaciones bolivianas vía marítima hacia Turquía, todas han partido desde el Puerto de Arica, según los datos del Instituto Nacional de Estadística.

7. FERIAS Y SITIOS DE COMERCIO VIRTUAL

7.1. Ferias

Anualmente se realizan ferias sectoriales en Turquía que gozan de gran aceptación internacional, pues el país es un punto geográfico de encuentro estratégico entre los negociadores europeos, asiáticos y del medio oriente. Algunas de las ferias más destacadas para esta gestión son las siguientes:

İSTANBUL YARN FAIR, del 15 al 18 de mayo de 2010, en el Tüyap Exhibition, Congress and Convention Center de Estambul. Es la 7ª Edición de esta feria internacional sobre la industria textil en general.

<http://www.istanbulyarnfair.com/>

İSTANBUL FOOD-TECH 2010, del 16 al 19 de septiembre de 2010, en el Tüyap Exhibition, Congress and Convention Center de Estambul. Es la 6ª Edición de esta feria internacional sobre la tecnología y cuidado de los alimentos.

<http://www.foodtechistanbul.com/>

İSTANBUL PACKAGING 2010, del 16 al 19 de septiembre de 2010, en el Tüyap Exhibition, Congress and Convention Center de Estambul (se desarrollará al mismo tiempo que FOOD-TECH). En su 16ª Edición es la mayor feria anual europea de la industria del empaquetado y sus materiales.

<http://www.packagingfair.com/>

WOOD PROCESSING MACHINERY 2010, del 16 al 20 de octubre de 2010, en el Tüyap Exhibition, Congress and Convention Center de Estambul. Es la 23ª Edición de

esta feria internacional sobre máquinas de procesamiento de madera, herramientas de corte, accesorios, productos y tecnología de madera.

<http://www.woodmachineryistanbul.com/>

RUBBER 2010, del 11 al 14 de noviembre de 2010, en el Tüyap Fair, Convention & Congress Center de Estambul. Es la 6ª Edición de esta Feria Internacional sobre caucho y los productos derivados de caucho.

<http://www.istanbulrubberfair.com/>

GROWTECH EURASIA 2010, del 2 al 5 de diciembre de 2010, en el Antalya Expo Center de Antalya. Es la mayor feria de Horticultura, Agricultura, Floricultura y Tecnologías de toda la región Euroasiática.

<http://www.growtech.com.tr/en/>

7.2. Sitios de Comercio Virtual

- **TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY):** es la organización bajo la cual trabajan todas las cámaras de comercio de Turquía.
<http://www.tobb.org.tr/eng/index.php>
- **ISPAT (INVESTMENT SUPPORT AND PROMOTION AGENCY OF TURKEY):** esta agencia del gobierno turco es la encargada de fomentar las oportunidades de inversión de Turquía en la comunidad empresarial internacional.
<http://www.invest.gov.tr/es-ES/Pages/Default.aspx>
- **IGEME (EXPORT PROMOTION CENTER OF TURKEY):** Este organismo de gobierno ayuda a los empresarios turcos a exportar y asiste a los empresarios extranjeros para realizar negocios con Turquía.
<http://www.igeme.org.tr/indexe.cfm>
- **TÜYAP EXHIBITION GROUP:** proporciona información sobre las ferias y eventos internacionales que se realizan anualmente en Turquía.
http://www.tuyap.com.tr/en/index.php?main=m_fuar-2010&left=l_fuarlar&FuarYili=2010
- **CERRAHOGULLARI T.A.S:** es una de las compañías privadas de transporte marítimo más antiguas de Turquía, que proporciona información sobre los puertos del país.
<http://www.cerrahogullari.com.tr/ports.htm>

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Sitios Web

- **Instituto Nacional de Estadística – INE:** Ofrece las estadísticas económicas y comerciales de nuestro país.
<http://www.ine.gov.bo>
- **Go Turkey:** es el portal oficial turístico de Turquía y proporciona datos generales sobre el país y sus atractivos.

<http://www.goturkey.com/>

- **Organización Mundial del Comercio:** institución reguladora del comercio mundial, que en su sitio web informa acerca de todo lo relacionado al comercio entre sus miembros.
<http://www.wto.org/indexsp.htm>
- **Pro Chile:** Brinda información estadística sobre el comercio exterior de Chile y el mundo.
<http://www.prochile.cl>
- **Republic of Turkey. Undersecretariat of Customs:** la Subsecretaría de Aduanas de Turquía es la institución oficial que ofrece información estadística y legislativa aduanera de Turquía.
<http://www.gumruk.gov.tr/ENG/homepage/Pages/default.aspx>
- **Republic of Turkey. Undersecretariat of the Prime Ministry for Foreign Trade:** la Subsecretaría de Comercio Exterior de Turquía es la institución oficial que contiene información sobre el comercio exterior turco.
<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/indexen.cfm>
- **The World Factbook:** Brinda datos generales del país en estudio.
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
- **Trade Map – Trade statistic for international business development:** proporciona información actualizada del comercio mundial.
<http://www.trademap.org/>
- **TAV Airports Holding:** es la compañía operadora de los principales aeropuertos de Turquía y otros países de Medio Oriente, el Norte de África y el Cáucaso.
http://www.tavairports.com/index_en.asp
- **Turkish Statistical Institute (TurkStat):** el Instituto Nacional de Estadísticas de Turquía permite acceder a los datos sociales y económicos de este país.
<http://www.turkstat.gov.tr/Start.do;jsessionid=TPNQLfvQvXTLVprBY5vntLn24tWzpbvf9JGtwyrW8yq86KNRVTHH!-1823300935>

9. FUENTES FOTOGRÁFICAS

- https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/flags/flagtemplate_tu.html
- <http://www.goturkey.com/turkiye.php?lng=en&content=pdestinations>
- <http://www.goturkey.com/turkiye.php?lng=en&content=lifestyle>
- https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/maps/maptemplate_tu.html

- http://www.3viajesaldia.com/wp-content/uploads/2008/05/piscinas_pamukkale_turquia.jpg

10. CONTACTO

Para adquirir mayor información relacionada con la:

Asistencia Técnica personalizada en Comercio Exterior:

- Pasos para exportar e importar;
- Clasificación Arancelaria de productos de su interés;
- Información de Preferencias Arancelarias;
- Condiciones de Acceso de Mercado;
- Obstáculos Técnicos al Comercio – OTC;
- Requisitos Sanitarios;
- Plan de Negocios.

Investigación de Mercados.

Análisis Estadísticos.

Consultoría en Comercio Internacional para:

- Empresas
- Academias
- ONG ´s
- Cooperación Internacional

Tomar contacto con el Gerente Técnico del IBCE, Ing. Limberg Menacho Ardaya:

E-mail : gtecnica@ibce.org.bo

Telf. : (591 – 3) 3362230

Fax : (591 – 3) 3324241

Casilla : 3440

Dirección: Av. Las Américas Nº 7, Esq. Saavedra Torre Empresarial CAINCO, Piso 13.

Sitio Web: www.ibce.org.bo

A continuación presentamos algunas percepciones empresariales beneficiadas con la asistencia técnica y diversos servicios que brinda nuestra institución:

“El Instituto Boliviano de Comercio Exterior, realiza un excelente trabajo, en beneficio de las exportaciones, con su centro de investigación y análisis con estudios realizados a la medida de los requerimientos de las empresas del país”

Ing. Mariano Aguilera Tarradellas
Presidente
Ingenio Azucarero Guabirá S.A.

“El IBCE es una de las instituciones más creíbles y respetadas de Bolivia, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, y es un referente en temas relacionados con el

TURQUÍA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS

comercio exterior; gracias a la capacidad y profesionalismo de sus directivos y funcionarios”

Ing. José Luis Landivar Bowles
Jefe Departamento Agronegocios
Desarrollos Agrícolas S.A.