

RESUMEN

1. Turquía es un país de ingreso mediano alto y la 17ª mayor economía del mundo, con un PIB de 799.000 millones de dólares EE.UU., es decir, 10.390 dólares EE.UU. per cápita, en 2014. A partir de 2001 la economía creció cada año, con excepción de 2009. No obstante, desde 2009 la tasa de crecimiento fluctuó: del 9,2% en 2010 al 2,1% en 2012. Aunque en 2013 el crecimiento del PIB real fue del 4,2%, en 2014 la economía volvió a experimentar una desaceleración, al 2,9%, como reflejo de la vulnerabilidad de Turquía con respecto a las entradas de capital y de la reducción de la producción agrícola a causa de las desfavorables condiciones meteorológicas. Además, un déficit por cuenta corriente elevado, aunque decreciente, ha dejado al país expuesto a conmociones externas en un entorno de mayor volatilidad del mercado monetario y financiero, junto con una elevada inflación desde mediados de 2013. La reciente crisis geopolítica de la región y el flujo de entrada de refugiados conexo plantean también problemas para mantener el crecimiento económico.

2. En lo que se refiere al gasto, los principales impulsores del crecimiento durante el período objeto de examen fueron el consumo interno y las exportaciones, mientras que, desde el punto de vista sectorial, los principales contribuyentes fueron el sector manufacturero y el sector de los servicios financieros. En el primer semestre de 2015, la mayor contribución al crecimiento correspondió a la producción industrial, sobre todo en el sector del automóvil, al consumo y a la inversión privada, en tanto que la contribución de las exportaciones fue negativa.

3. El comercio es una parte importante de la economía: el comercio total de bienes y servicios aumentó del equivalente al 48% del PIB en 2010 al 60% en 2014. A partir de 2010, las exportaciones aumentaron un 38%, a 157.700 millones de dólares EE.UU. en 2014 (precios corrientes). La mayoría de las exportaciones de Turquía consisten en productos manufacturados, en particular textiles y prendas de vestir (18,5%), productos de la industria del automóvil (11,1%), productos químicos (5,8%) y hierro y acero (6,8%). En 2014, las exportaciones de productos agrícolas representaron el 11,7% de las exportaciones totales. Las importaciones de mercancías de Turquía ascendieron a 242.000 millones de dólares EE.UU. en 2014, un aumento del 30% desde 2010. La mayoría de las importaciones consisten en materias primas y bienes intermedios destinados a la producción de productos acabados de mayor valor añadido para su exportación; los principales productos son los siguientes: maquinaria y equipo (27%); productos de la minería (15%); productos químicos (13,5%); y una amplia gama de bienes de consumo. Turquía sigue siendo un exportador neto de servicios debido a su importante superávit en servicios relacionados con los viajes.

4. La política comercial de Turquía en lo que al comercio preferencial se refiere sigue estando influida por la UE y las disposiciones de su unión aduanera con la UE, ya que Turquía negocia y concluye los ALC de forma paralela a la UE. Cabe señalar que muchos de los interlocutores de Turquía en los ALC son interlocutores comerciales relativamente pequeños. Los ALC nuevos que se concluyeron y entraron en vigor durante el período objeto de examen fueron los concluidos con Chile, Jordania, la República de Corea, Malasia y Mauricio. Hasta la fecha, los ALC de Turquía notificados a la OMC solo abarcan el comercio de mercancías, y no el de servicios o las inversiones. Sin embargo, el ALC concluido con la República de Corea tiene un alcance más amplio, ya que incluye compromisos y disciplinas más amplios sobre OTC, MSF, propiedad intelectual, competencia, solución de diferencias, y medidas comerciales correctivas en la negociación de sus ALC. Turquía también ha puesto su régimen de preferencias unilaterales en consonancia con el de la UE y, con algunas excepciones, ofrece los regímenes SGP y SGP+ y la iniciativa "Todo menos armas" a determinados países en desarrollo y países menos adelantados.

5. Turquía sigue reconociendo la importancia de atraer inversión extranjera directa a través de sus numerosos programas de incentivos, planes y zonas francas. La ley que fija el marco básico de la inversión, la Ley de Inversión Extranjera Directa de 2003, sigue estableciendo los principales elementos de la inversión, como el trato nacional, la transferencia de beneficios, etc., y no ha sufrido grandes cambios. Tampoco ha habido grandes cambios en las restricciones a la inversión, y Turquía sigue imponiendo restricciones en los siguientes sectores: radiodifusión, aviación, transporte marítimo, servicios portuarios, pesca, contabilidad, sector financiero, minería, sector inmobiliario, electricidad y educación. Aunque el marco jurídico no ha cambiado, los planes de incentivos se han extendido, profundizado y ampliado a lo largo del período, con objeto de impulsar determinados tipos de IED en Turquía y prestarles una atención específica. Los planes

ofrecen nueve tipos diferentes de instrumentos de incentivos, que suelen depender de la cuantía de la inversión y de la región en la que se realiza la inversión. Además, las zonas de inversión de Turquía (zonas de desarrollo tecnológico, zonas industriales organizadas y zonas francas) están concebidas para ofrecer entornos favorables a la inversión e infraestructuras atractivas para las empresas.

6. En lo que se refiere a la protección arancelaria, el promedio global de los aranceles aplicados por Turquía aumentó ligeramente durante el período hasta el 12,8%, debido al aumento de aranceles en respuesta a las peticiones de los productores nacionales. Además, Turquía tiene margen para seguir aumentando los aranceles, ya que el 50% de su Arancel no está consolidado (está consolidado el 100% de las líneas arancelarias correspondientes a productos agropecuarios y el 34% de las líneas arancelarias correspondientes a productos industriales), y en muchos casos hay una diferencia significativa entre los tipos consolidados y los aplicados. Además, hay diferencias significativas entre los tipos de los productos agropecuarios y los de los productos industriales, ya que el tipo medio en el caso de los productos agropecuarios es del 49% y en el caso de los productos industriales es de solo el 5,5%. La protección arancelaria sigue siendo especialmente elevada, con un promedio superior al 80%, en el caso de la carne, los productos lácteos, los azúcares y artículos de confitería y los productos agropecuarios.

7. En el ámbito aduanero, desde el último examen ha habido los siguientes cambios: un nuevo formulario de declaración abreviada previa a la llegada; el desarrollo de un programa de ventanilla única (que en la actualidad engloba a 13 instituciones); la puesta en marcha de un proyecto piloto de ventanilla única para puestos fronterizos terrestres; y la implementación del programa de operadores económicos autorizados (OEA), un programa de facilitación del comercio para las empresas certificadas como OEA. En lo que se refiere a la facilitación del comercio, Turquía ha notificado sus compromisos de la categoría A en virtud del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio: ha designado en la categoría A todas las disposiciones de la Sección I del Acuerdo, que se aplicarán en su totalidad cuando entre en vigor el Acuerdo, salvo el párrafo 9 del artículo 7 relativo a las mercancías perecederas.

8. Las medidas comerciales correctivas siguen siendo una herramienta de política importante para Turquía, ya que ese país sigue recurriendo con frecuencia a las medidas de salvaguardia y las medidas antidumping de la OMC. Desde 2012, Turquía ha iniciado cuatro investigaciones en materia de salvaguardias y ha prorrogado medidas de salvaguardia en ocho ocasiones. En lo que se refiere a las medidas antidumping, Turquía está entre los 10 Miembros de la OMC que más recurren a esas medidas, y desde 2012 ha habido mucha actividad, ya que se han iniciado 25 investigaciones y se han impuesto 14 medidas. Durante el período examinado la legislación turca en materia de salvaguardias ha sido objeto de algunas modificaciones relativas al período de investigación.

9. Turquía sigue aplicando a los productos importados y nacionales diversos impuestos u otras cargas que afectan al consumo, entre ellos el IVA, un impuesto sobre los precintos y un impuesto especial de consumo. Los productos del tabaco y las bebidas alcohólicas se ven especialmente afectados, al estar sujetos tanto al impuesto sobre los precintos como al impuesto especial de consumo; el tabaco en rama está además sujeto al impuesto del Fondo del Tabaco. Otros productos afectados por el impuesto especial de consumo son los productos del petróleo, vehículos automóviles, aeronaves, barcos y bienes de consumo duraderos. El IVA y el impuesto especial de consumo representan conjuntamente más de la mitad de los ingresos públicos.

10. Durante el período examinado, Turquía ha seguido tratando de lograr la armonización con la UE y adaptar su legislación técnica y sus medidas sanitarias y fitosanitarias con las de su principal interlocutor comercial. Tras la adopción en 2010 de la ley marco en el ámbito sanitario y fitosanitario (la Ley de servicios veterinarios, sanidad vegetal, productos alimenticios y piensos), Turquía ha adoptado y aplicado muchos de los reglamentos de aplicación durante el período examinado, de modo que se han elaborado más de 100 reglamentos como legislación derivada. En lo que se refiere a las cuestiones relacionadas con los obstáculos técnicos al comercio, en 2012 Turquía revisó su reglamentación en las esferas del mercado CE, los organismos de evaluación de la conformidad y los organismos notificados para ponerse en consonancia con la UE.

11. Tanto las importaciones como las exportaciones están sujetas en Turquía a diversas medidas en frontera, en particular prohibiciones directas, prescripciones en materia de licencias, controles y restricciones. Once categorías de productos están sujetas a licencias de importación y 26 a

licencias de exportación. En lo que se refiere a las exportaciones, Turquía es parte en acuerdos internacionales en virtud de los cuales se prohíben o controlan productos estratégicos y ha adoptado disposiciones que establecen controles de calidad de las exportaciones de determinados productos agropecuarios.

12. Las empresas estatales siguen participando en varios sectores importantes de la economía turca, entre ellos el sector manufacturero, la minería, el petróleo y el gas, la agricultura, el transporte y la banca. El número de empresas estatales (36) no ha experimentado cambios significativos desde el último examen, si bien ha habido mejoras en materia de transparencia y rendición de cuentas. Durante el período objeto de examen se adoptaron nuevas disposiciones para exigirles que establecieran un sistema de control interno y una unidad de auditoría interna y someterlas a una auditoría externa independiente. Si bien Turquía prosigue su política de privatizaciones, en 2011-2012 se produjo inicialmente una ralentización; posteriormente, en 2013-2014, aumentó hasta 15 el número de empresas privatizadas, la mayoría de ellas en los sectores de la distribución y generación de electricidad.

13. La Ley de Contratación Pública (PPL) de Turquía se modificó varias veces durante el período objeto de examen, en particular para hacer más flexible la toma de decisiones al evaluar ofertas de licitación anormalmente bajas. Asimismo, se han adoptado medidas para hacer de la contratación pública un sistema totalmente electrónico. Turquía sigue permitiendo la aplicación de preferencias nacionales en la contratación pública, a través de la concesión de una ventaja de precios del 15% a los proveedores nacionales, pero una enmienda de 2014 hizo que esta disposición fuese de obligado cumplimiento en la contratación de productos industriales de nivel tecnológico medio y alto. En 2014, la contratación pública llevada a cabo en Turquía representó alrededor del 7% del PIB. Turquía tiene la condición de observador en el Comité de Contratación Pública de la OMC desde junio de 1996.

14. Desde el anterior examen se han introducido algunas modificaciones de poca importancia en las principales leyes y reglamentos de propiedad intelectual de Turquía, como los cambios introducidos en la legislación en materia de derecho de autor en relación con la expropiación de obras y las multas. Las estadísticas de Turquía sobre la utilización de la propiedad intelectual indican un aumento de la utilización de la mayoría de las formas de protección de la propiedad intelectual durante la etapa inicial del período objeto de examen, pero en una segunda etapa se produjo un estancamiento o incluso una ligera disminución. En lo que se refiere a la observancia, el número de solicitudes de intervención aduanera aumentó considerablemente en el período 2011-2014; y en cuanto a los procedimientos judiciales relacionados con la propiedad intelectual, en el mismo período disminuyó la duración media de los casos.

15. La agricultura sigue siendo una parte importante de la economía turca, y Turquía es uno de los principales productores mundiales de productos agropecuarios, el séptimo a nivel mundial. Turquía tuvo un superávit en el comercio de productos agropecuarios de aproximadamente 3.000 millones de dólares EE.UU. en 2014. Durante el período objeto de examen, Turquía no notificó al Comité de Agricultura de la OMC sus programas de ayuda interna ni de subvenciones a las exportaciones, pero otras fuentes de información revelan que Turquía ha introducido cambios que se han traducido en el mantenimiento de niveles de ayuda relativamente elevados, al menos en comparación con otros países de la OCDE, y los pagos basados en la producción agropecuaria han aumentado, lo que ha dado lugar a distorsiones. Turquía mantiene empresas públicas o juntas de comercialización para los cereales, el azúcar, la carne y las bebidas alcohólicas y los productos del tabaco que, en función del producto y de la junta de comercialización de que se trate, desempeñan un papel en el comercio, la producción o la fijación de precios de esos productos.

16. En los tres últimos decenios, gran parte del desarrollo económico de Turquía se ha basado en la amplia y diversa base manufacturera del país. Los costos laborales de Turquía, relativamente bajos, el buen nivel de formación de la mano de obra y su ubicación estratégica han contribuido a desarrollar un sólido sector manufacturero, centrado en los productos de valor añadido medio y alto. En 2014, el sector industrial representó el 17,8% del PIB, el 76,7% de todas las exportaciones de mercancías y el 20,5% del empleo. Los principales sectores industriales exportadores son el de los automóviles, los textiles y prendas de vestir, los productos químicos, la maquinaria, el hierro y el acero, la electrónica y la joyería. Las pequeñas y medianas empresas (pymes) constituyen una parte fundamental del sector industrial turco. En el marco del Décimo Plan de Desarrollo, la Estrategia de Suministro de Insumos y la Visión 2023 de Turquía, el Gobierno ha establecido gran número de objetivos para el sector manufacturero, entre ellos el

aumento de la producción de productos intermedios y acabados para, entre otras cosas, reducir el déficit comercial.

17. Aunque la agricultura y las manufacturas siguen siendo partes importantes de la economía turca, los servicios siguen siendo el sector que más contribuye al PIB (en 2014 fue del 65% del PIB), y además lo hace en proporción creciente. Entre los sectores turcos de servicios que destacan por su nivel de desarrollo e importancia cabe señalar los servicios financieros, el turismo y las telecomunicaciones. El sector del turismo fue especialmente importante en el plano comercial, al contribuir al saldo positivo de la balanza de los servicios, en particular por los importantes superávits en los servicios relacionados con los viajes y los servicios de transporte. El crecimiento del sector turístico turco ha sido superior al crecimiento mundial del sector y en 2014 Turquía fue el sexto país del mundo en lo que a llegadas de turistas internacionales se refiere y el duodécimo en cuanto a los ingresos derivados del turismo.

18. La contribución al PIB de las actividades financieras y de seguros ha crecido continuamente desde 2010 (en términos nominales) pero al mismo tiempo disminuía su participación porcentual, que pasó del 4,5% en 2009 al 3,0% en 2014. En 2012, entró en vigor una nueva Ley del Mercado de Capitales, que transformó el marco jurídico e institucional de los mercados de capitales de Turquía. En 2013 se estableció Borsa Istanbul como sociedad anónima que refundía las tres bolsas de valores existentes, la Bolsa de Valores de Estambul, la Bolsa del Oro de Estambul y la Bolsa de Futuros y Acciones. En la esfera bancaria, el 1º de enero de 2014 entraron en vigor nuevas disposiciones de aplicación del acuerdo Basilea III.

19. El sistema de asistencia sanitaria de Turquía ha sido objeto de muchas modificaciones en los últimos años, lo cual se ha traducido en una mejora del sistema, el desarrollo de un mercado de seguros privados y el crecimiento del sector del turismo sanitario. En 2014, los gastos en atención sanitaria de Turquía llegaron a 94.800 millones de liras turcas, equivalentes al 5,4% del PIB aproximadamente. El sector del turismo sanitario de Turquía creció significativamente en el período 2011-2014, ya que el número total de pacientes extranjeros aumentó más del 200%, al tiempo que el número de pacientes en establecimientos privados de atención sanitaria se triplicaba con creces. El sector del turismo sanitario dispone de diversos incentivos para fomentar su crecimiento, como deducciones fiscales y el reembolso de los costos relacionados con la comercialización y la publicidad y la participación en ferias y conferencias. Turquía ha introducido modificaciones en algunas leyes durante el período objeto de examen, en particular en la legislación relativa a las asociaciones sanitarias entre el sector público y el privado, a fin de fomentar la inversión en la atención sanitaria privada y ofrecer una alternativa a los servicios públicos, generalmente suministrados por el Estado.

20. Los servicios de distribución son importantes para la economía turca, ya que en 2014 el comercio mayorista y minorista constituyó un 12% del PIB. El crecimiento de las ventas al por menor fue más elevado en 2011, con un 8,3%, pero se ralentizó en los años posteriores, registrando un 1,3% en 2014; no obstante, el total de ventas al por menor ascendió a 282.000 millones de dólares EE.UU. en ese mismo año. Se considera que Turquía es el séptimo mayor mercado minorista de Europa. Turquía no ha contraído compromiso alguno en materia de servicios de distribución en el marco del AGCS. Los distribuidores extranjeros están presentes, pero en el sector de los supermercados predominan en gran medida las tiendas locales, denominadas *bakkals* (pequeñas tiendas de menos de 50 m²).

21. Pese al difícil entorno exterior, marcado por el bajo crecimiento de la UE y el conflicto en la región de Oriente Medio, la economía y el comercio turcos siguieron creciendo en el período 2011-2015. El crecimiento se ha basado en los costos relativamente bajos de la mano de obra, las buenas infraestructuras y la proximidad a la UE, su principal interlocutor comercial. Sin embargo, para seguir creciendo, la economía turca tendrá que hacer frente a diversas dificultades, como la continuación del conflicto en Siria, que puede afectar al turismo, y la erosión de los márgenes preferenciales en la UE, así como la persistencia del déficit por cuenta corriente y el nivel relativamente alto de la inflación. El crecimiento futuro depende de la inversión, y Turquía tiene un amplio sistema de incentivos, pero su complejidad, junto con las restricciones en algunos sectores, puede restarle eficacia. Además, los programas gubernamentales en algunos sectores -en particular la agricultura- distorsionan el comercio y la producción, mientras que el bajo nivel de las consolidaciones arancelarias en el caso de los productos no agrícolas y los altos aranceles aplicados a los productos agrícolas generan incertidumbre entre los interlocutores comerciales no abarcados por acuerdos comerciales.