

## RELACIONES COMERCIALES ENTRE TURQUÍA Y LA REGIÓN ANDINA

### Nicole Vacacela Campoverde

✉ nivacacelaca@uide.edu.ec  
Universidad Internacional del Ecuador – Ecuador

### Jorge Altamirano Flores

✉ joaltamiranofl@uide.edu.ec  
Universidad Internacional del Ecuador – Ecuador

### Andrea Navas Recalde

✉ manavasre@uide.edu.ec  
Universidad Internacional del Ecuador – Ecuador

## RESUMEN

Este artículo busca estudiar de manera estratégica las relaciones comerciales entre Turquía y algunos países de la Región Andina. Para el estudio se consideraron a Ecuador, Perú y Colombia; con el fin de determinar los avances comerciales que cada parte ha formado en los últimos años para concretar un acuerdo comercial. Las relaciones bilaterales, entre países escogidos para este estudio, han permitido desarrollar interés en otros ámbitos diferentes al comercial. Se identificaron áreas comunes en ámbitos de cooperación social, política, ambiental y tecnológica, que podrían beneficiar las relaciones en el largo plazo. La metodología utilizada fue una investigación documental con la que se analizaron las principales estrategias aplicadas por cada país, describiendo las acciones empleadas para mejorar las relaciones comerciales dentro de un enfoque cualitativo..

**Palabras clave:** Acuerdo Comercial; Relaciones bilaterales; Turquía; Latinoamérica; Comercio Internacional

## ABSTRACT

This article intends to study in a strategically way trade relations between Turkey and countries of the Andean Region such as Ecuador, Peru, and Colombia, to determine commercial progress hat each country has generated in recent years to sing an agreement. Bilateral relations between countries have allowed not only interest in commerce affairs, but also in social, political, environmental, and technological cooperation between countries; that benefits and strengthens long-term relationships. The methodology refers to a documentary research, in which the main results describes the strategies applied by each country to improve commercial relations, within the qualitative approach.

**Keywords:** Trade Agreement; Bilateral Relations; Turkey; Latin America; International Trade.

## 1. INTRODUCCIÓN

El comercio internacional ha generado gran impacto dentro del desarrollo económico mundial. El concepto de comercio internacional ha ido evolucionando a lo largo de los años, mediante el intercambio de especies, tales como oro, plata, piedras preciosas, entre otros, hasta la actualidad que representa el intercambio de bienes, servicios, propiedad intelectual y factores de producción que comercializan los países entre ellos (Huesca Rodríguez, 2019). A partir de este concepto, nace el mundo de los negocios internacionales, que se origina por las transacciones comerciales entre dos o más países, donde participa tanto el sector gubernamental como el sector empresarial.

Los negocios internacionales como tal se complementan dentro del marco de lo que comprende la globalización (Blum, Flores, Vallejo, & Sánchez, 2016). Las economías locales se están incorporando a un proceso global, pues el principal enfoque está en el trabajo local desarrollado a nivel global, es decir “actuar local y pensar global” (Hu, Xu, & Miao). Dentro de este concepto se analiza también el uso de los factores clásicos, referenciándose en la teoría de las ventajas absolutas de Adam Smith, determinando que una nación no puede ser autosuficiente por sí misma (Jave, 2020), situación que lleva a que países internacionalicen sus economías, de lo contrario, quedarán fuera del progreso económico internacional, y también fuera de procesos de negociación internacional (Ornelas, 2019).

Este enfoque, establecido en la teoría de ventajas comparativas de David Ricardo, determina que cada país distinga su potencial y se especialice en productos o

servicios en los cuales son eficientes, para poder exportarlos, y de la misma manera, poder importar productos o servicios en los cuales no lo son, asegurando así conexiones entre mercados internacionales (Jave, 2020). Dadas estas conexiones, nacen los acuerdos comerciales para fortalecer las relaciones económicas entre países, y asegurar el alcance a diversos mercados internacionales (Pulgar Salazar, Coral Guerrero, & Chávez Rivera, 2019). El comercio internacional abarca mucho más que el intercambio de bienes y servicios. Existen factores políticos, sociales, legales, ambientales y tecnológicos que buscan enlazar y afianzar las relaciones internacionales. Se encuentran políticas públicas y prácticas legales; factores culturales, económicos, sociales, influencias geográficas, y competidores de cada mercado (Hidalgo Gallo, 2018). Tanto países como empresas deben competir en el ámbito global, enfocándose en investigación y desarrollo tanto de recursos locales como recursos humanos, con el fin de potenciarlos, generando competitividad y espacio en mercados internacionales (Zambrano Cabrera, 2020).

El modo operativo de los negocios internacionales ha innovado a lo largo de los años, permitiendo así a países y empresas, conocer no solo los bienes y servicios en los cuales se especializan, sino también las relaciones que se deben mantener en términos culturales y sociales. Los acuerdos comerciales tienen la capacidad de determinar y definir el tamaño del mercado, con sus respectivas reglas para su operación tanto local como internacional (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

El aumento de los acuerdos comerciales bilaterales ha permitido que más países

otorguen preferencias comerciales entre ellos. En estos acuerdos, existen nuevos temas de interés como cambio climático, políticas laborales, derechos humanos, compras estatales, entre otros, que son sujeto de discusión al momento de firmar un acuerdo comercial (Cornejo, 2018). Existe una creciente disposición por parte de diferentes países en comprometerse a firmar acuerdos con el fin de cumplir sus metas comerciales internacionales. Existen aproximadamente 330 acuerdos comerciales dentro del marco de la OMC (Organización Mundial del Comercio, 2019).

Este es el caso de Colombia, Perú y Ecuador, países que han buscado fomentar y concretar un acuerdo comercial con Turquía. Se considera a Turquía como un país potencial para concretar inversiones en tecnología, energía y medioambiente en países latinoamericanos (Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica - CELAG, 2018). Las relaciones comerciales entre Turquía y América Latina han ido en auge en los últimos años, se estima que aproximadamente, el comercio entre las partes supera los USD 10.000 millones, monto que se estima, siga en crecimiento. (Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica - CELAG, 2018).

El propósito principal de este artículo es identificar y analizar las diferentes estrategias y cifras comerciales aplicadas por dichos países en las relaciones comerciales con Turquía, teniendo en cuenta aspectos comerciales, arancelarios, de cooperación económica, política, social, tecnológica y cultural. El determinar en qué puntos se ha tenido una mayor ventaja en comparación con el resto de los países permitirá realizar un balance, además de evaluar las acciones emprendidas y su efecto en la firma de un acuerdo comercial

a futuro (Lalanne & Sanchez, 2020). Este estudio permitirá valorar y determinar la situación comercial actual entre las partes, e identificar qué país andino de los antes mencionados ha logrado desarrollar e impulsar mejores relaciones comerciales con Turquía, y como eso ha beneficiado en su desarrollo económico.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología utilizada para esta investigación está enfocada dentro del marco cualitativo, es decir, se utilizaron fuentes de información primarias de cada país, así como información de entrevistas realizadas a embajadores, cifras oficiales de Ministerios de Comercio Exterior, noticias de asociaciones establecidas en dichos países, entre otras fuentes, las cuales permitieron determinar las principales estrategias utilizadas para ser comparadas entre las partes. El alcance de la investigación se remite a un método descriptivo, este recopila las principales estrategias utilizadas en cada país de la región andina en el ámbito de los negocios internacionales con Turquía (Guevara Alban, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020). Estas estrategias se comparan con el resto de los países analizados, esto con el fin de determinar cuál es el país que más ha trabajado en las relaciones comerciales con Turquía y determinar su cercanía a la firma de un acuerdo comercial. Adicionalmente, se busca determinar la viabilidad de firmar un acuerdo comercial entre las partes, es decir, similar al modelo del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, determinando las ventajas competitivas de cada país, para su ingreso al mercado turco. Este tipo de investigación está ligado al tipo de investigación documental, del estilo secundaria, revisada de una manera narrativa, es decir, los

principales resultados de la investigación han sido obtenidos de una investigación bibliográfica, y los principales hallazgos se remiten a una conclusión establecida por el investigador, en base a la información obtenida de la revisión bibliográfica (Universidad de Jaén, 2015).

### 3. RESULTADOS

#### 1. Relaciones Bilaterales entre Turquía y Colombia

La principal estrategia del comercio turco es buscar relaciones comerciales con diferentes regiones de Latinoamérica, tal ha sido el caso entre Turquía y Colombia (Agencia de Noticias FIDES, 2020). En el año 2010, sellaron relaciones diplomáticas estableciendo Embajadas en Bogotá el 16 de abril de 2010, y en Ankara en junio del 2011. A partir de la fecha, las relaciones comerciales entre las partes se han fortalecido mediante convenios de negociación en temas comerciales, de inversión, seguridad, cooperación técnica y también asuntos más sensibles, como migración, cultura, cooperación para PYMES, agricultura y pesca. En el año 2015, durante la visita del presidente turco Erdogan, se firmaron y complementaron ocho instrumentos de cooperación técnica en temas culturales, promoción del idioma turco, comercio, industria, turismo, agricultura e industria de defensa.

Estas negociaciones han permitido que existan convenios no solo en el área comercial, sino también en el área de servicios. En el 2016, Colombia firmo una alianza con la aerolínea turca Turkish Airlines, en la cual se destaca el inicio de operaciones de la aerolínea, logrando con gran éxito la apertura de la ruta Bogotá

– Estambul. Los convenios comerciales firmados han permitido generar convenios con navieras turcas mediante rutas de conexión realizadas en diferentes puertos internacionales hacia puertos colombianos (PROCOLOMBIA, 2019).

Al 2019, la balanza comercial de Colombia - Turquía, resulto positiva para Colombia, la cifra de exportaciones resulto en aproximadamente USD 1198 millones, mientras que las importaciones fueron de USD 318 millones, dando un saldo positivo de USD 879 millones en su balanza comercial (TRADEMAP - ITC, 2019). Las principales exportaciones de Colombia a Turquía en el 2019 son Hullas, ovoides, oro, croques, café, bananas, pasta de cacao, materias colorantes, entre otros, mientras que las principales exportaciones se remiten a: Cementos hidráulicos, barras de hierro, perfiles de hierro, chapas y tiras, carbonatos, partes y accesorios de vehículos, entre otros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia, 2019)

La cooperación entre estos países ha permitido que otros sectores de la economía se vean favorecidos. En el 2018, Turquía, mediante Kosgeb y Turkey Research and Business Organizations, en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, se suscribió un plan de acción en la cuales se brindará apoyo a MiPymes y a temas de innovación. A través de Kosgeb se desarrollaron nuevas perspectivas de cooperación en el tema de tecnoparques, sectores de cuero, marroquinería y sector textil. El objetivo fundamental de estas entidades es potenciar y fomentar el desarrollo de industrias locales. En este plan de acción se incluyó la participación de ProColombia, SENA, MinTIC, Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y

sus Manufacturas, Acicam y la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas. Esta inclusión permitió conocer instrumentos y mecanismos empresariales, que permitirán impulsar el desarrollo económico de Colombia, gracias a nuevos escenarios de inversión y emprendimiento que se puedan realizar (Agencia Presidencial de Cooperación Internacional - APC Colombia, 2018).

La embajadora de Turquía en Colombia Ece Öztürk destacó que el comercio entre Colombia y Turquía alcanza aproximadamente los USD 2.000 millones, de las cuales la mayor cantidad se enfoca en exportaciones directas de Colombia hacia Turquía. Öztürk recalca la importancia de firmar un acuerdo de libre comercio para diversificar el comercio entre las partes y mejorarlo (Semana, 2018). En el 2019, se realizaron cuatro eventos de negocios entre Turquía y Colombia, con el fin principal de impulsar las relaciones comerciales entre las partes. En Cosmeet Latam 2019, Öztürk mostro los avances de ambos países, enfatizando la posición geográfica como un impulso para facilitar las actividades comerciales. Se considera que estos eventos comerciales permiten que las empresas colombianas conozcan a las empresas turcas; y viceversa.

En el año en curso, Colombia ha recibido ayuda proveniente de Turquía para combatir al coronavirus; se donaron 3 respiradores y 250 kits médicos (Anadolu Agency, 2020). La cooperación en el año 2020 no solo se ha remitido al tema de salud, sino también en tecnología, donde TIKA (Agencia de Cooperación y Coordinación de Turquía en Colombia) ha realizado donaciones referentes a tecnología para “Las casas de las mujeres empoderadas” programa que busca reducir la brecha de género

existente en el país (Corporación Turca de Radio y Televisión, 2020).

Respecto al tratado de libre comercio, se recordó que las negociaciones están vigentes desde el 2011, con siete rondas de diálogos; sin embargo, se sugiere que Colombia debe aumentar la oferta exportable a Turquía para lograr una economía complementaria entre las partes (Corporación Turca de Radio y Televisión TRT, 2019).

## 2. Relaciones bilaterales entre Turquía y Perú

Las relaciones comerciales entre Perú y Turquía han tenido inicio desde el año 2013, en el cual durante las reuniones exploratorias del TLC Perú – Turquía, se establecieron delegaciones encargadas de intercambiar información para proceder al inicio de las negociaciones. En el año 2013, la balanza comercial resulto positiva para Turquía.

Durante el año 2014, el MINCETUR Perú (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) y el Ministerio de Economía de Turquía, decidieron formalizar el inicio de las negociaciones para un futuro Tratado de Libre Comercio. Dentro de esta reunión se estableció los lineamientos y el posible alcance que tendría el tratado. Además, se tomaron en consideración los indicadores económicos, sectores productivos y política nacional comercial. Se busca que los resultados sean positivos, principalmente por los temas comerciales de cada país, incluyendo los sectores sensibles, que podrían afectar el acuerdo comercial. En esta negociación se destaca la liberalización del comercio de servicios, situación que no ha sido negociada en ningún otro acuerdo

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014).

Para el 2016, después de cuatro rondas de negociación, se determinaron los aspectos a negociar en los capítulos de aduanas, facilitación de comercio, cooperación, medidas sanitarias y fitosanitarias; y obstáculos técnicos al comercio. ComexPerú indicó que llegar a un acuerdo de libre comercio con Turquía abriría una gran puerta a los productos peruanos, lo cual significaría un crecimiento notorio para las industrias y generaría oportunidades de empleos para el país. Esto debido a que el intercambio comercial entre las partes no ha sido muy dinámico, es decir, no se ha aumentado la cartera de productos tanto de importación como de exportación. En un análisis realizado por ComexPerú, las exportaciones peruanas se han reducido en un 3% aproximadamente, ubicando a Turquía como el destino número 49 en exportaciones.

ComexPerú realizó un estudio de los posibles productos potenciales que mejorarían la oferta comercial, entre estos se encuentran combustibles minerales, sustancias bituminosas, cobre y cacao. Así mismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo adjunto a la lista de productos el ajo fresco o refrigerado, quinua, arándanos, alcachofas, espárragos, pulpas de mango y maracuyá, entre otros de origen agrícola. La importancia de firmar un acuerdo se remite principalmente a las líneas arancelarias, pues es esencial reducir las barreras de entrada a productos peruanos, con el fin de potenciar el comercio entre las partes. ComexPerú se remite a cifras establecidas en el acuerdo comercial entre Turquía y Chile, que permitió que varios productos chilenos ocupen espacios importantes en el comercio turco. Cifras estimadas indican

que las exportaciones chilenas después de firmar el acuerdo comercial crecieron en un 70%, gracias al crecimiento en las exportaciones de frutos, que en el 2010 fue de USD 39,5 millones, y en el 2015 fue de USD 106 millones (ComexPerú, 2017).

Estas negociaciones se han mantenido estancadas durante 5 años debido a que, en las rondas de negociación, existen sectores sensibles tanto de Turquía como de Perú que aún no han podido ser negociados, entre ellos el sector agrícola y el sector textil. La discrepancia que ha existido en la negociación ha ocasionado la demora de la firma del tratado de libre comercio. Sin embargo, en el año 2018, el embajador turco Ferda Akkerman señaló que, con una mayor flexibilidad, las negociaciones en sectores sensibles pueden ser superadas, debido a que la oferta comercial es mucho más amplia y variada, situación que se puede observar que ha mejorado, pues en el mes de febrero 2020 “LC WAIKIKI” famosa empresa turca de textiles de Turquía, inicio operaciones en Lima, mostrando así avances comerciales entre las partes (Perú Retail, 2020). Los productos peruanos que más interesan a Turquía son el oro, harina de pescado y productos agrícolas, por lo que es necesario concretar un acuerdo de libre comercio (Turquía y Perú tienen por delante un enorme potencial comercial, 2018).

En el 2020, ComexPerú emitió un comunicado en el cual detallan su intención de retomar las negociaciones comerciales con Turquía, exponiendo los principales beneficios entre ambas economías. En este se detallan buscar relaciones comerciales más allá del comercio de bienes, si no también dentro del marco del comercio de servicios e inversiones. Perú busca concretar un acuerdo comercial con Turquía

para consolidarse en el mercado del país, y generar nuevos alcances en mercados de la región oriente. El TLC Turquía – Perú busca reducir principalmente los altos aranceles impuestos para commodities del sector minero, que actualmente pagan un arancel promedio de 42,2% (ComexPerú, 2020). Actualmente la balanza comercial data resultados favorables para Turquía, pues Perú importa más productos turcos de lo que exporta, pero las exportaciones en los últimos 5 años, ha crecido en aproximadamente 9%. Perú busca que, mediante un acuerdo comercial, se pueda negociar mercancías no tradicionales que puedan ingresar al mercado turco. En el 2019, la balanza comercial fue favorable para Turquía, con un saldo negativo para Perú de USD -124 millones. Los principales productos de exportación peruanos hacia Turquía son: Zinc y manufacturas, semillas y frutos oleaginosos, perlas finas, estaño y combustibles minerales, mientras que los principales productos importados son: Fundición de hierro y acero, vehículos automóviles, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos, manufacturas de fundición y plástico (TradeMap - ITC, 2019).

### 3. Relaciones bilaterales entre Turquía y Ecuador

Las relaciones comerciales entre Ecuador y Turquía comenzaron en el 2010, cuando Ecuador inauguró su embajada en Ankara. En enero del 2012, Turquía inauguró su embajada en Quito. El ministro de comercio exterior de ese año, en una entrevista en el diario “El Tiempo”, determinó que el principal problema presentado en la negociación con el país se remitía al banano. Comentó que Turquía no quería abrir mercado al banano ecuatoriano, por lo que era necesario viajar al país para empezar un proceso de negociación (El Telégrafo, 2012). Rafael

Correa viaja a Ankara para mantener una reunión con el entonces presidente Abdullah Gül. Dicha reunión permitió un avance significativo en las relaciones bilaterales de ambos países, destacando la oferta exportable ecuatoriana firmando acuerdos en términos de cooperación, promoción turística, cultural, educacional; y medio ambiente (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2012)

El 2012 fue un año significativo para las relaciones bilaterales de ambos países, se suspendió el visado por un tiempo máximo de 90 días. Se realizó un foro de comercio e inversiones y una rueda de negocios que buscará diversificar la participación en proyectos de desarrollo económico y exhibir la posible oferta comercial de exportación. Además, se obtuvo de parte de Turquía, disposición favorable de reducir aranceles al banano, pues el 90% de banano comercializado en Turquía, se importa desde Ecuador (País en Vivo, 2012). En septiembre de 2013, se firmó un acuerdo de impulso de las relaciones de comercio, inversiones y cooperación binacional en Ankara. Este acuerdo se firma con el fin de realizar rondas y misiones empresariales, además de participación en procesos ambientales de producción limpia, estandarización de la calidad de producción en agricultura y ganadería, manejo de ecosistemas, meteorología e irrigación. Empresarios Turcos destacan las ventajas del Código de la Producción de Ecuador, y manifestaron interés en invertir en Ecuador. En este encuentro, representantes de Turkish Airlines y Tame mostraron la intención de complementar rutas de transporte de pasajeros y carga desde Ecuador hacia Estambul y hacia otros destinos de Europa y Asia (EComex360, 2013).

Sin embargo, las relaciones comerciales entre las partes los años siguientes, se vio estancada. En el año 2015, se firmó el “Plan de Acción Estratégico para favorecer la cooperación entre el Ministerio de Industrias y Productividad y la Organización para el Desarrollo de las Pequeñas Empresas de Turquía, orientado principalmente a MiPymes” En este encuentro se trataron temas relacionados a la ciencia, tecnología, infraestructura, agricultura y cooperación académica-investigativa (Presidencia de la República del Ecuador, 2016).

Este plan de acción llevo a que, en el 2016, con el electo presidente Recep Tayipp Erdogan, se firmara un acuerdo de suscripción para la concesión del proyecto de ampliación y modernización de la Terminal Portuaria de Puerto Bolívar. Esta concesión fue otorgada a Yilport Holding NV, bajo la modalidad de Alianza Publico Privada (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016). Adicional, se registró una donación de USD \$200.000 al Ministerio del Ambiente para la remediación del Estero Salado en noviembre del 2016. Estos proyectos demuestran el interés de formalizar sus relaciones bilaterales mediante un acuerdo comercial y de cooperación que permita potenciar el comercio entre las partes (Ministerio del Ambiente, 2016).

A la actualidad, el comercio entre ambos países no ha presentado ninguna novedad, no han existido registros de reuniones o ruedas de negocios que den paso a la firma de un acuerdo de libre comercio entre las partes, pero ha existido cooperación en el tema de salud, mediante donaciones de ventiladores y cámaras térmicas por parte de Turquía para combatir el coronavirus en el país (Cancillería del Ecuador, 2020). Esto supone un estancamiento en las

relaciones comerciales, que se espera sea retomado próximamente, ya que, con los antecedentes expuestos, existe un gran interés en firmar un acuerdo comercial, que beneficie tanto la economía de Ecuador como la de Turquía; que, al 2019, maneja una balanza comercial positiva para Ecuador, con un valor de USD 165 millones USD. USD \$241 millones en exportaciones y un valor de USD \$76 millones en importaciones (TRADEMAP - ITC, 2019).

Los principales productos de exportación hacia Turquía son banano, oro, aceite de pescado, mercancías, maderas y corcho, café industrializado, elaborados de banano, entre otros; mientras que los principales de importación son reactores nucleares, calderas, maquinas, fundición de hierro y acero, materiales eléctricos, aparatos, plástico, papel, cartón, productos químicos, caucho, productos farmacéuticos, vehículos automóviles, algodón, té, vidrio y productos químicos orgánicos (Ministerio de Industrias y Productividad, 2018).

## 5. DISCUSIÓN

Dados los resultados de la investigación, e identificando el propósito principal del artículo, se han destacado diversas estrategias aplicadas tanto por Colombia, Perú y Ecuador, hacía Turquía. La siguiente tabla resumen muestra que país ha generado más acciones que lo acerquen a la firma de un acuerdo comercial, considerando diversos factores, enfocándose principalmente en las relaciones comerciales bilaterales.



Estrategias	País		
	Colombia	Perú	Ecuador
Cooperación internacional mediante organismos de colaboración bilateral	Colombia cuenta con TIKA (Agencia de Cooperación y Coordinación de Turquía en Colombia); Cámara de Comercio Colombo - turca	Perú cuenta con la Cámara de comercio Turco Peruana (CCTP)	Existió la apertura de la Cámara de comercio ecuatoriano - turca en 2015, sin embargo, al 2020, ya no existe el organismo como tal.
Apoyo logístico entre pares, tanto para turismo como para mercancías	Cooperación entre Turkish Airlines y Avianca para transporte de pasajeros y mercancías con 3 frecuencias semanales.	No existen registros de cooperación entre las principales aerolíneas del país, lo que si existe son vuelos mediante conexión.	Se tuvo la intención de firmar un acuerdo entre TAME y Turkish Airlines que únicamente se remitió a palabras, mas no acciones.
Diversificación de exportaciones no tradicionales hacia Turquía	Colombia ha iniciado la exportación de productos no tradicionales como aguacates, lencería, cuero, insumos cosméticos naturales, etc.	Se registraron exportaciones de cuero y pieles, artesanías, maderas, ciertos textiles, joyería, arándanos y ajo.	Ecuador exporto una importante carga de Pitahayas a Turquía en periodos de pandemia, a las cuales se suman exportaciones de snacks saludables con quinoa y chia, exportaciones de tagua y de paja toquilla.
Ruedas y Macrorueda de negocios	Se registraron cuatro rondas de negocios registrada entre las partes en el año 2019, siendo Cosmeet Latam la más importante.	Las ultimas participaciones en ruedas de negocios se remiten al año 2016, con la Feria Expoalimentaria.	La última participación de turcos en ferias ecuatorianas fue en el 2018, cuando junto a otros países, se invitó a Turquía a la Macrorueda de negocios
			Ecuador, pero reunión turca - ecuatoriana no ha sido registrada en los últimos años.
Acuerdos entre instituciones públicas	Existen acuerdos entre ProColombia, El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con Kosgeb y Turkey Research and Business Organizations.	Datos muestran gran cooperación entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Comex Perú y la embajada de Turquía en Perú.	Registros datan cooperación entre Senescyt y Tubitak, PROECUADOR y DEIK; sin embargo, estas datan cooperación hasta el año 2014, para la actualidad, no ha existido cooperación alguna.
Inversiones y participación de empresas turcas en el país	Participación de Turkish Airlines, Yumak, Evid Turkish Houseware and Kitchenware.	Participación de LC Waikiki	Bajo la modalidad Alianza Público - Privada, se data la participación de Yilport Holding en la concesión de Puerto Bolívar.
Colaboración COVID-19	Donación de 3 respiradores y 250 kits médicos en zonas vulnerables al COVID-19.	No existe información de ayuda enviada por Turquía hacia Perú.	Mediante el organismo colombiano -turco TIKA, se registró una donación de ventiladores y cámaras térmicas para combatir el COVID.

Tabla 1: Estrategias empleadas por países de la región para el progreso de las relaciones comerciales con Turquía

Fuente: Investigación medios oficiales

Elaboración: Elaborada por los autores

Teniendo en consideración el análisis previo de la nueva tendencia acerca de los acuerdos comerciales, y con la información obtenida en fuentes oficiales de la relación económica de Turquía con Colombia, Perú y Ecuador, se puede determinar que, si bien los 3 países han mantenido reuniones, foros y rondas de negociación, existe por delante un tema de sensibilidad en sectores agrícolas y textiles que no permiten que el acuerdo se concrete. El tema de sensibilidad, principalmente en el sector agrícola, es un determinante clave para comprender porque no ha sido viable firmar un acuerdo de libre comercio entre las partes. Esto sucede principalmente porque cada país busca proteger a su sector agrícola, más aún, si su mayor dependencia se encuentra en este sector (Botero & Guzmán, 2020). Ecuador, Colombia y Perú tienen como una de las fuentes principales de ingresos económicos a la agricultura, lo cual inclusive, ha generado conflictos comerciales entre ellos. Al igual que los países mencionados, Turquía es un país cuya producción agrícola es sumamente importante para el comercio y su economía, puesto que países de la Unión Europea y países del Medio Oriente son los principales compradores de los productos agrícolas turcos.

La intención de firmar un acuerdo comercial sigue en pie por parte de los 3 países. Diversos conversatorios e inclusive comunicados destacan la importancia de llevar las relaciones comerciales a otro nivel, más aún después de la época de pandemia. Para los países de la región andina es necesario el alcance de nuevos

mercados, principalmente en los cuales tengan potencial con sus productos. El estudio muestra que los productos latinoamericanos, son de gran acogida dentro de los mercados turcos, pues en su mayoría, las importaciones por parte de este país son superiores a las exportaciones hacia la región.

## 5. CONCLUSIÓN

- La evidencia sugiere que la información encontrada de las relaciones bilaterales de Turquía con Colombia, Perú y Ecuador muestra una participación extensa en aspectos sociales, políticos, ambientales y tecnológicos, que se ha manejado mediante cooperación bilateral con cada país antes mencionado. Las rondas de negociación detallan aspectos a considerar, como lo son acceso a nuevos mercados, inversión y logística, sin embargo, la negociación de sectores sensibles es un factor que retrasa notablemente la firma de un acuerdo comercial con estos 3 países.
- Comunicados de prensa, principalmente de Colombia y Perú sugieren retomar las negociaciones comerciales con Turquía, pues las mismas se han visto estancadas, sin avances importantes a considerar. Se busca retomar las negociaciones comerciales para eliminar barreras arancelarias, restricciones, trámites burocráticos entre otros, que dificultan el acceso a nuevos mercados, pues la intención de los países andinos mencionados no es acceder a mercados turcos únicamente, si no también expandir el comercio hacia oriente medio.
- Los resultados de la investigación muestran diversas estrategias aplicadas por los países mencionados, y se puede destacar que la mayoría están direccionados hacia concretar un acuerdo comercial con Turquía. Actividades como rondas de negocios, encuentros económicos, buscar acuerdos en materia de servicios, inversión en sectores estratégicos y acuerdos de cooperación muestran como las relaciones comerciales están en auge. Las cifras comerciales dan resultados positivos para Colombia y Ecuador, mientras que Perú busca posicionarse más en el mercado turco, pues su balanza comercial presenta saldos negativos.
- Estos resultados también muestran que, si bien los 3 países tienen un interés común en firmar un acuerdo comercial con Turquía, el interés por concretarlo es mayor por parte de Colombia, seguido de Perú y Ecuador. Las actividades desarrolladas en los últimos años son clave para comprender el fortalecimiento de las relaciones comerciales. Tanto Colombia como Perú se encuentran constantemente realizando actividades que atraigan a empresas y generen interés entre países para llegar al objetivo final, que es la firma comercial. En este caso, Ecuador no participa de esto, pues las últimas actividades realizadas para gestionar un acuerdo comercial, datan al año 2016, y si bien en el 2018 existió una ronda de negocios, esta no fue enfocada a Turquía directamente.
- Para que los 3 países consideren un acuerdo multipartes, primero deben existir negociaciones como lo existieron con la Unión Europea,

y determinar los sectores en los cuales pueden ser complementarios, pues las 3 economías dependen en su mayoría de productos similares, situación que puede acarrear la firma del acuerdo comercial, y hacerlo más engorroso aún. Dichas situaciones alargarían más el proceso y no buscarían el objetivo común, que es alcanzar el acuerdo comercial, lo más pronto posible, pues es necesario potenciar exportaciones y generar posicionamiento en nuevos mercados.

## 6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

1. Agencia Presidencial de Cooperación Internacional - APC Colombia. (26 de Octubre de 2018). Turquía fortalece emprendimiento de Mipymes en Colombia. Recuperado de <https://www.apccolombia.gov.co/noticia/turquia-fortalece-emprendimiento-de-mipymes-en-colombia>
2. Anadolu Agency. (21 de Abril de 2020). Turquía brinda una ayuda clave a Colombia para combatir el coronavirus. Recuperado de <https://www.aa.com.tr/es/mundo/turqu%C3%ADa-brinda-una-ayuda-clave-a-colombia-para-combatir-el-coronavirus/1813620>
3. Blum, H., Flores, E., Vallejo, C., & Sánchez, C. (2016). Negocios Internacionales. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/12/negocios.html>
4. Botero, L., & Guzmán, M. (2020). Comercio agrícola en el tratado de asociación estratégica entre Unión Europea y MERCOSUR: ¿el talón de Aquiles del acuerdo o la razón de la unión? Revista de la Secretaría del Tribunal Permanente de Revisión, 16, 163-181. doi:<https://dx.doi.org/10.16890/rstpr.a8.n16.p163>
5. Cancillería del Ecuador. (31 de Agosto de 2020). Turquía dona al Ecuador ventiladores para pacientes con covid-19 y cámaras térmicas para medir la temperatura corporal. Recuperado de <https://www.cancilleria.gob.ec/2020/08/31/turquia-dona-al-ecuador-ventiladores-para-pacientes-con-covid-19-y-camaras-termicas-para-medir-la-temperatura-corporal/>
6. Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica - CELAG. (28 de Septiembre de 2018). América Latina y Turquía: espacios para la cooperación. Recuperado de <https://www.celag.org/america-latina-turquia-espacios-cooperacion/>
7. ComexPerú. (20 de Noviembre de 2017). ¡No perdamos de vista a Turquía! Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/no-perdamos-de-vista-a-turquia>
8. ComexPerú. (21 de agosto de 2020). Rumbo al TLC Perú - Turquía. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/rumbo-al-tlc-peru-turquia>
9. Cornejo, R. (2018). Estrategias y mecanismos para la convergencia de los acuerdos comerciales en América Latina. Resumen de políticas del BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/14141/estrategias-y-mecanismos-para-la-convergencia-de-los-acuerdos-comerciales-en>
10. Corporación Turca de Radio y Televisión. (30 de Julio de 2020). Turquía fortalece las aulas de tecnología para 'Casas

- de Mujeres Empoderadas' en Colombia. Recuperado de <https://www.trt.net.tr/espanol/ciencia-y-tecnologia/2020/07/30/turquia-fortalece-las-aulas-de-tecnologia-para-casas-de-mujeres-empoderadas-en-colombia-1464427>
11. Corporación Turca de Radio y Televisión TRT. (01 de Agosto de 2019). Colombia y Turquía continúan fortaleciendo sus relaciones comerciales con el sector cosmético. Recuperado de <https://www.trt.net.tr/espanol/economia/2019/08/01/colombia-y-turquia-continuan-fortaleciendo-sus-relaciones-comerciales-con-el-sector-cosmetico-1246298>
  12. Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones*. México: Pearson Education Inc.
  13. EComex360. (04 de Septiembre de 2013). Ecuador y Turquía firman un acuerdo en Ankara para impulsar relaciones comerciales y de cooperación. Recuperado de <https://www.e-comex.com/ecuador-y-turquia-firman-un-acuerdo-en-ankara-para-impulsar-relaciones-comerciales-y-de-cooperacion/>
  14. Ecuador y Turquía afianzan relaciones con firma de acuerdos. (12 de Marzo de 2012). País en Vivo. Recuperado de <http://paisenvivo.com/ecuador-y-turquia-afianzan-relaciones-con-firma-de-acuerdos/>
  15. El Telégrafo. (13 de Marzo de 2012). Rivadeneira confirmó acuerdos con más de 12 países. El Telégrafo. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/turquia-servira-de-gancho-comercial-con-medio-oriente>
  16. Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3). julio.2020.163-173
  17. Hidalgo Gallo, R. (2018). Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales. *Economía y Desarrollo*, 159(1), 135-153. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/ciei-uh/20181015120511/comerciointernacional.pdf>
  18. Hoy los turcos y los colombianos nos conocemos mejor. (24 de Diciembre de 2018). *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/turquia-el-peso-de-la-historia/articulo/hoy-los-turcos-y-los-colombianos-nos-conocemos-mejor/596191/>
  19. Hu, X., Xu, W., & Miao, J. (s.f.). Think locally, act locally: A critique of China's specialty town program in practice. *Geographical Review*, 1-22. doi:<https://doi.org/10.1080/00167428.2020.1793337>
  20. Huesca Rodríguez, C. (2019). *Comercio Internacional*. México: Red Tercer Milenio. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Comercio\\_internacional.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf)
  21. Jave, P. (2020). Comercio Exterior de la región Tacna y sus ventajas comparativas. Recuperado de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/>

- UNAC/5112
22. Lalanne, A., & Sanchez, G. (2020). Evaluación del impacto de acuerdos comerciales: metodologías, experiencias internacionales y aplicaciones para el caso uruguayo. Serie Estudios y Perspectivas (Montevideo), 41. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45070/1/S1901153\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45070/1/S1901153_es.pdf)
  23. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Perú y Turquía formalizan inicio de negociaciones para un TLC. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/peru-y-turquia-formalizan-inicio-de-negociaciones-para-un-tlc/>
  24. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2019). Perfil Turquía. Bogotá: Oficina de Estudios Económicos. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/ba1c180c-150a-4dc7-a1e4-96cf186dcbfa/Turquia.aspx>
  25. Ministerio de Industrias y Productividad. (17 de Agosto de 2018). Ecuador - Turquía. Recuperado de Relaciones Bilaterales: [http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/informes\\_de\\_economia\\_internacional/informe\\_economia\\_internacional\\_ecuador\\_turquia.pdf](http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/informes_de_economia_internacional/informe_economia_internacional_ecuador_turquia.pdf)
  26. Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2012). Ecuador y Turquía avanzan con éxito en sus relaciones bilaterales. Recuperado de <https://www.cancilleria.gob.ec/ecuador-y-turquia-avanzan-con-exito-en-sus-relaciones-bilaterales/#>
  27. Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (09 de Agosto de 2016). Se firmó concesión para ampliar y modernizar Terminal Portuaria de Puerto Bolívar. Recuperado de <https://www.obraspublicas.gob.ec/se-firmo-concesion-para-ampliar-y-modernizar-terminal-portuaria-de-puerto-bolivar/>
  28. Ministerio del Ambiente. (24 de Noviembre de 2016). La República de Turquía dona 200 mil dólares para remediación del Estero Salado. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/la-republica-de-turquia-dona-200-mil-dolares-para-remediacion-del-estero-salado/>
  29. Organización Mundial del Comercio. (01 de Septiembre de 2019). Acuerdos Comerciales Regionales. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/region\\_s/region\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/region_s.htm)
  30. Ornelas, C. (2019). La contienda por la educación: globalización, neocorporativismo y democracia. Fondo de Cultura Económica. Recuperado de [https://books.google.com.ec/book?id=EBWGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/book?id=EBWGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)
  31. Perú Retail. (21 de Febrero de 2020). Cinco datos de LC Waikiki, la marca que llegará para destronar a Zara y H&M. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/cinco-datos-de-lc-waikiki-para-destronar-a-zara-y-hm/>
  32. Presidencia de la República del Ecuador. (4 de Febrero de 2016). Cooperación Ecuador-Turquía se fortalece con acuerdos. Recuperado de <https://www.presidencia.gob.ec/cooperacion-ecuador-turquia-se-fortalece-con-acuerdos/>
  33. PROCOLOMBIA. (06 de

- Septiembre de 2019). Perfil de logística desde Colombia hacia Turquía. Recuperado de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-turquia>
34. Pulgar Salazar, M., Coral Guerrero, C., & Chávez Rivera, M. (2019). Commercial integration and business opportunities between Ecuador and Colombia. *MktDESCUBRE*, 13, 50-58. Recuperado de <http://revistas.esoch.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/195>
  35. TRADEMAP - ITC. (2019). Comercio bilateral entre Colombia y Turquía. Recuperado de [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c792%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c3%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c792%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c3%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)
  36. TRADEMAP - ITC. (2019). Comercio bilateral entre Ecuador y Turquía. Recuperado de [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c792%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c792%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)
  37. TradeMap - ITC. (2019). Comercio bilateral entre Turquía y Perú en 2019. Recuperado de <https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c792%7c%7c604%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1>
  38. Turquía y Latinoamérica cada vez más cercanas. (14 de Febrero de 2020). Agencia de Noticias FIDES. Recuperado de [https://www.noticiasfides.com/opinion/varinia-aguilar-p-/turquia-y-latinoamerica-cada-vez-mas-cercanas?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=94835140a1478f7b760f7cd8594ca8261fb7fa12-1605723387-0-AXTWvII08201RIqAZz9jFLFVNyZXMyI0wqdgbBzJU4\\_tpe3CkJGekGjTtSdOllup7tdtAwoNeErte](https://www.noticiasfides.com/opinion/varinia-aguilar-p-/turquia-y-latinoamerica-cada-vez-mas-cercanas?__cf_chl_jschl_tk__=94835140a1478f7b760f7cd8594ca8261fb7fa12-1605723387-0-AXTWvII08201RIqAZz9jFLFVNyZXMyI0wqdgbBzJU4_tpe3CkJGekGjTtSdOllup7tdtAwoNeErte)
  39. Turquía y Perú tienen por delante un enorme potencial comercial. (18 de Julio de 2018). El Peruano. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/68302-turquia-y-peru-tienen-por-delante-un-enorme-potencial-comercial>
  40. Universidad de Jaén. (2015). Diseño Documental. Recuperado de [http://www.ujaen.es/investigaticos\\_tfg/dise\\_documental.html](http://www.ujaen.es/investigaticos_tfg/dise_documental.html)
  41. Zambrano Cabrera, S. (2020). Globalization analysis benefit or injury. *MktDESCUBRE*, 258-268. doi:10.36779/mktdescubre/v#.#