



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

REPÚBLICA DE TÜRKIYE



Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto
República Argentina

Febrero 2026

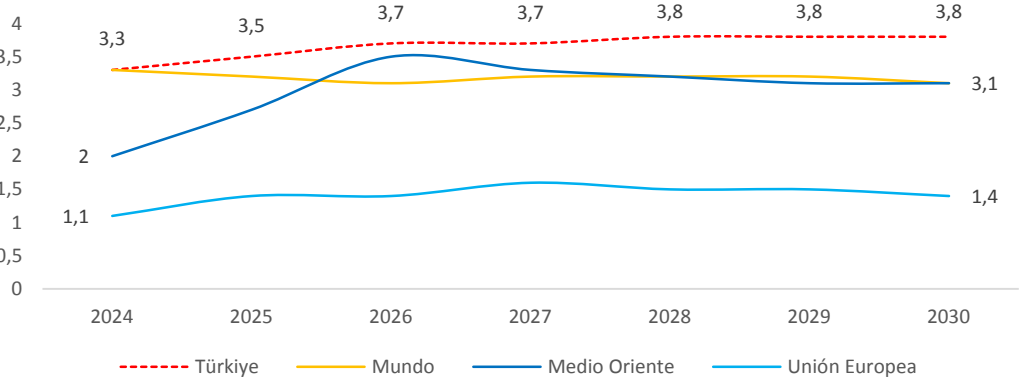
Filmina	Contenido
Filmina 3	Resumen ejecutivo
Filmina 4 y 5	Economía
Filmina 6	Población
Filmina 7	Ingresos
Filmina 8 y 9	Consumo
Filmina 10 y 11	Comercio exterior
Filmina 12, 13 y 14	Alimentos y productos agropecuarios
Filmina 15, 16 y 17	Agronegocios
Filmina 18, 19, 20 y 21	Comercio bilateral de bienes
Filmina 22 y 23	Comercio bilateral de bienes
Filmina 24	Enlaces y contactos de interés

Resumen ejecutivo

- La economía turca se ubica dentro de las primeras quince de la OCDE y es una de las economías emergentes más grandes del mundo. La tasa de crecimiento de su PIB estará por encima del promedio de las economías de Medio Oriente y la Unión Europea; no obstante lo cual su PIB per cápita continúa situándose muy por debajo del promedio OCDE y UE y apenas por arriba del promedio de las economías de Medio Oriente.
- En el último año, la economía turca afrontó distintos desafíos en términos de crecimiento económico, el que estuvo por debajo de las expectativas proyectadas por sus autoridades, como resultado del impacto del ajuste monetario para controlar la inflación y estabilizar la economía. Los servicios fueron el principal motor de la economía del país con el turismo como una de las principales fuentes de ingresos de divisas (el sector de servicios emplea a casi el 60% de la población económicamente activa).
- Población con proyecciones de lento crecimiento (tasa anual promedio de 0,3% en los próximos 25 años) y de decrecimiento en los próximos 75 años, al igual que la población extranjera que en el último año se redujo en 90.000 personas.
- En 2025, la renta disponible anual media equivalente de los hogares fue de aproximadamente US\$ 7.760. Ankara fue la provincia con la renta disponible anual media equivalente más alta (US\$ 10.480), seguida por Estambul (US\$ 10.138) e Izmir (US\$ 9.460). Si bien los ingresos promedio de los hogares están en crecimiento, se evidencia una mayor concentración de la riqueza en un grupo más reducido de la población.
- Es un mercado altamente sensible al precio de los productos alimenticios importados; si bien existen proyecciones de crecimiento a futuro, en la actualidad estos representan entre 4% y 5% del total del mercado. El 25% del gasto de consumo de los hogares se realiza en la provincia de Estambul. Las tres principales ciudades del país (Estambul, Ankara e Izmir) muestran patrones similares de distribución del gasto de consumo en vivienda y alquiler, transporte y, alimentos y bebidas como principales componentes.
- Se prevé que la demanda de productos alimenticios procesados importados de mayor valor aumente a largo plazo, especialmente en los centros urbanos más permeables o en contacto con las pautas de consumo occidentales, donde los consumidores tienen mayor poder adquisitivo y están abiertos a la incorporación de nuevos sabores y experiencias gastronómicas.
- Las importaciones de alimentos y productos agropecuarios alcanzaron los US\$ 21.700 millones (6,3% de las importaciones totales). Malasia y Alemania se ubicaron entre los principales mercados de origen de las importaciones de productos alimenticios procesados e insumos para la industria. Türkiye muestra dependencia en la importación de ciertos productos agropecuarios (cereales y oleaginosas) que resultan necesarios como insumos para su industria alimenticia.
- Existen algunos productos de producción local, aunque esta no alcanza para satisfacer su demanda interna. Por otro lado hay una demanda de productos *premium* y *gourmet*, aunque aún de nicho (nueces, almendras, arándanos rojos, especias, alimentos funcionales, ingredientes para cocina gourmet y vinos).
- Las deficiencias y los problemas en la industria agrícola y alimentaria de Türkiye ofrecen distintas oportunidades comerciales y de inversión en las que nuestras capacidades podrían llegar a encontrar algún nicho para la oferta exportable.

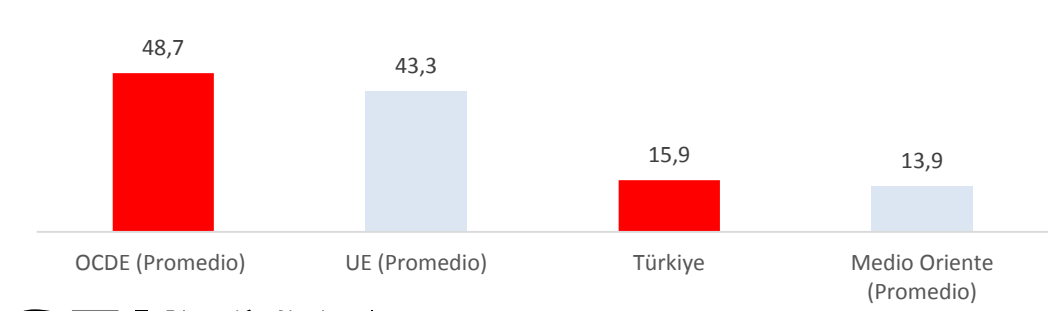
Por el tamaño de su PIB, Türkiye se ubica dentro de las principales economías OCDE (15ª). En los próximos años, la tasa de crecimiento del PIB turco estará por encima del promedio de las economías de Medio Oriente y la Unión Europea. Su PIB per cápita se ubica muy por debajo del promedio OCDE y UE y apenas por arriba del promedio de Medio Oriente.

Tasa de crecimiento del PIB real
(variación % anual)

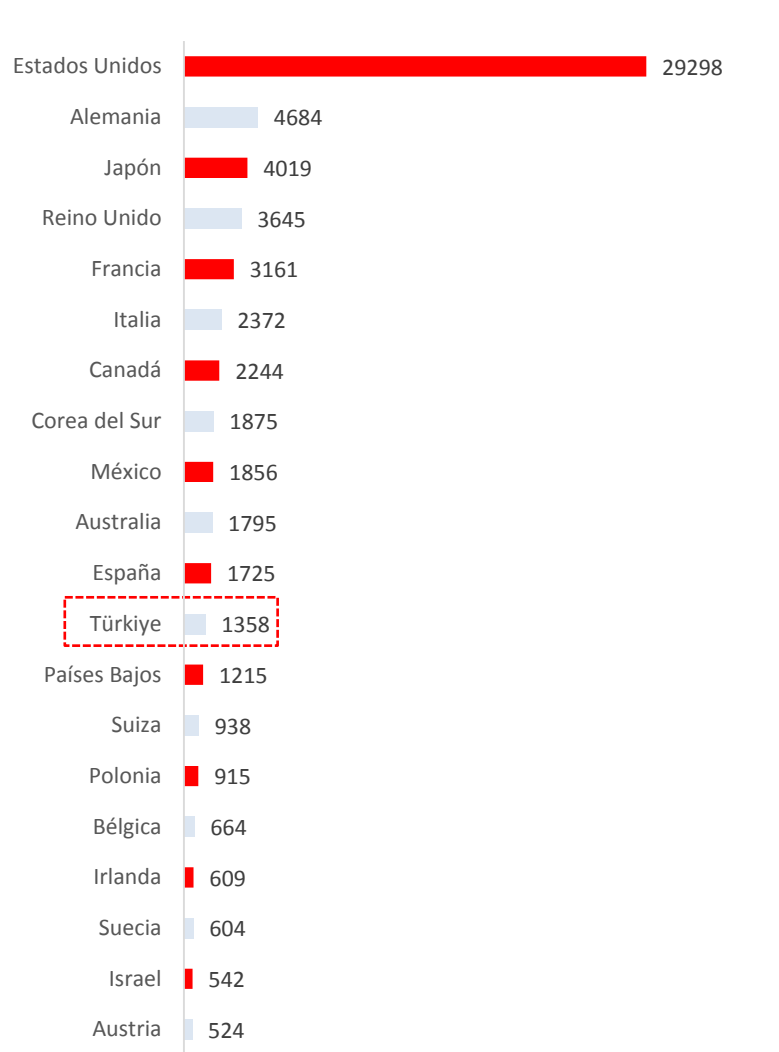


El programa de medio término (MTP 2026-2028) proyecta que la economía turca mantendrá una trayectoria de crecimiento moderado (pasaría del 3,3% de 2024 al 3,5% en 2025, y alcanzaría una tasa del 3,7% - 3,8% en 2026). Estos indicadores igualmente prevén una revisión a la baja de las proyecciones de crecimiento comparadas con el MTP del año anterior (en el horizonte de tres años, las previsiones de crecimiento se revisaron a la baja en más de dos puntos porcentuales en comparación con las proyecciones previas).

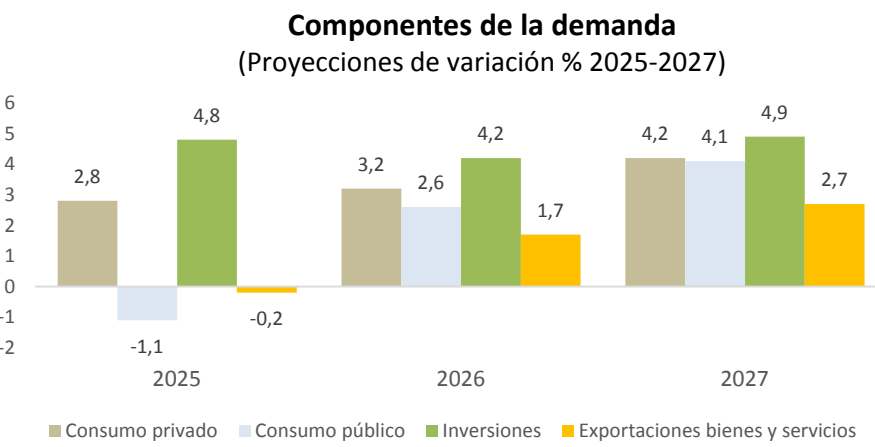
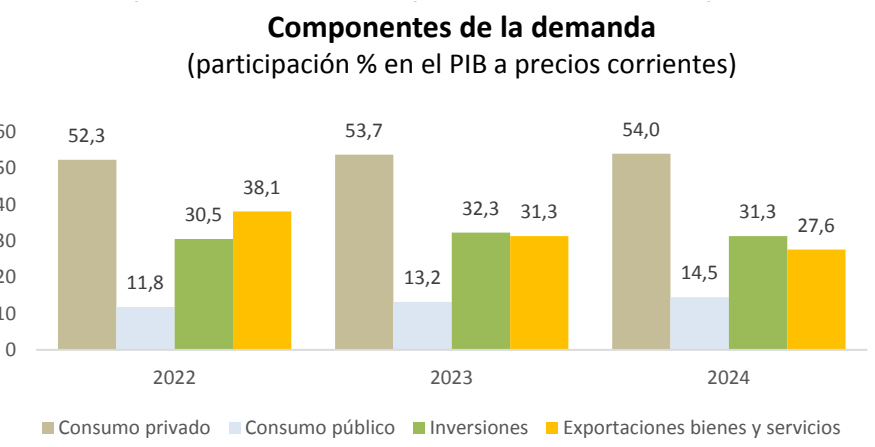
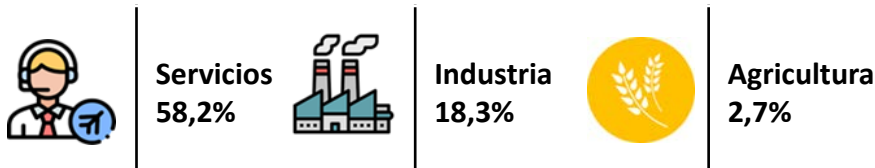
PIB per cápita
(en US\$ miles, a precios corrientes - 2024)



PIB principales economías de la OCDE
(en US\$ miles de millones, a precios corrientes - 2024)



Los servicios fueron el principal motor de la economía turca, con el turismo como una de las principales fuentes de ingresos de divisas.



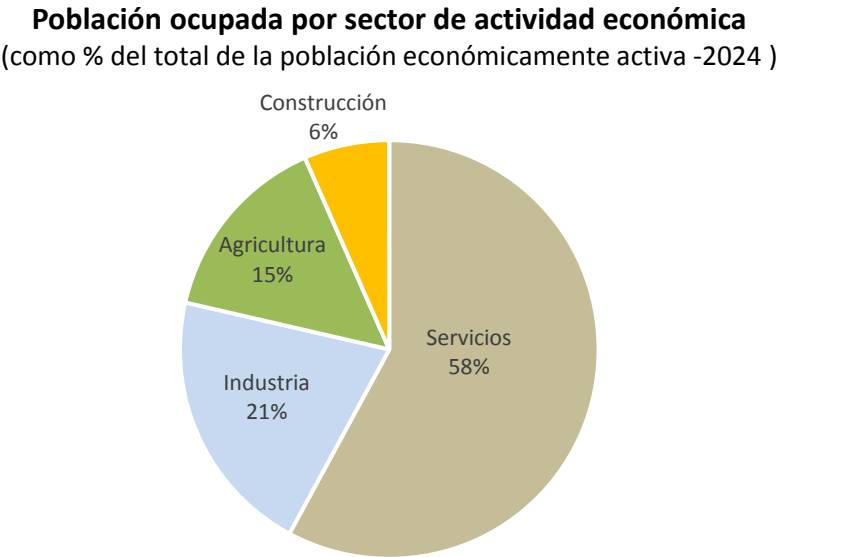
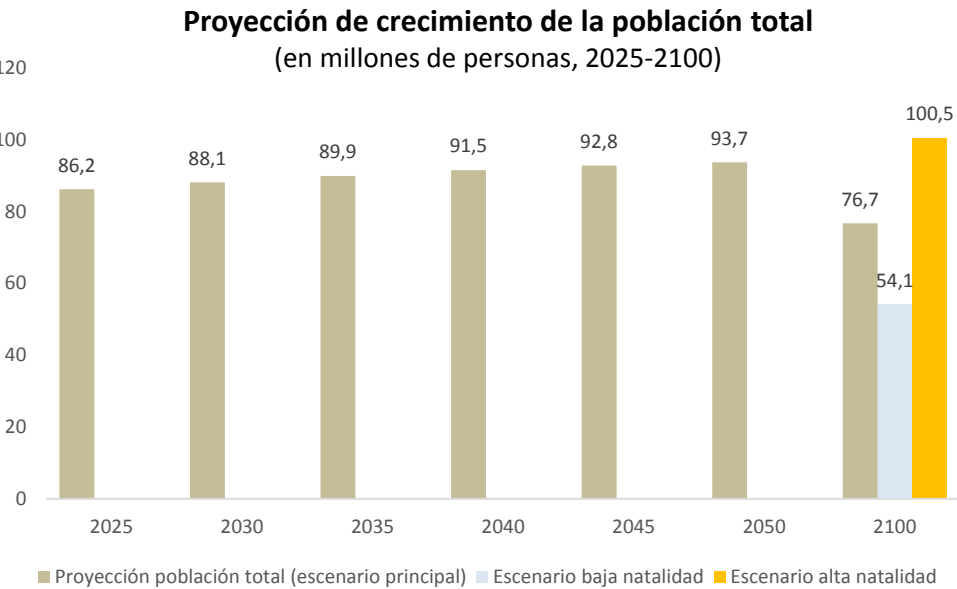
Es una de las economías emergentes más grandes del mundo. En el último año, la economía turca afrontó distintos desafíos en términos de crecimiento económico por debajo de las expectativas proyectadas por las autoridades turcas, como resultado del impacto del ajuste monetario para controlar la inflación y estabilizar la economía.

Los **servicios** representan el 58,2%, la **industria** el 18,3% y la **agricultura** el 2,7% del PIB total (2025). Dentro de los servicios, el **turismo** representa aproximadamente 12% del PIB y es una de las principales fuentes de ingresos de divisas en el país. El **comercio, el transporte, la hotelería y la alimentación** representan en conjunto el 23,9% del PIB y se mantuvieron como el principal motor de crecimiento, seguidos por el sector inmobiliario (9,1%), la administración pública, la educación, la sanidad y la asistencia social (9,1%) y los servicios financieros (5,9%). El **sector manufacturero** continuó impulsando la producción industrial, contribuyendo con el 15,6% del PIB, liderado por los sectores automotriz, textil, alimentario y metalúrgico, mientras que la construcción recuperó impulso con un 5,2%. El **sector agrícola**, a pesar de emplear al 15% de la población económicamente activa, sigue sufriendo de baja productividad debido a su dependencia de pequeñas explotaciones agrícolas (**si bien es un exportador neto de productos agrícolas, las importaciones ganaderas están creciendo debido al estancamiento de la producción local**).

El **consumo privado** es el principal componente de la demanda dentro de la economía turca, con proyecciones de crecimiento para los próximos dos años impulsado por el mejoramiento de los salarios y la recuperación del índice de confianza del consumidor en la economía turca. Las **inversiones** (privada) crecerían a ritmo mayor que el consumo privado, al tiempo que se proyecta una recuperación del **consumo público** y de las **exportaciones** (el crecimiento de las importaciones impulsadas por una mayor demanda interna empujarían levemente hacia arriba el déficit de la balanza comercial).

Población

Población con proyecciones de lento crecimiento (tasa anual promedio de 0,3% en los próximos 25 años) y de decrecimiento en los próximos 75 años. El sector de servicios emplea a casi el 60% de la población económicamente activa.



Población total del país 85,5 millones (2024), con una tasa de crecimiento del 3,4 respecto de año anterior.

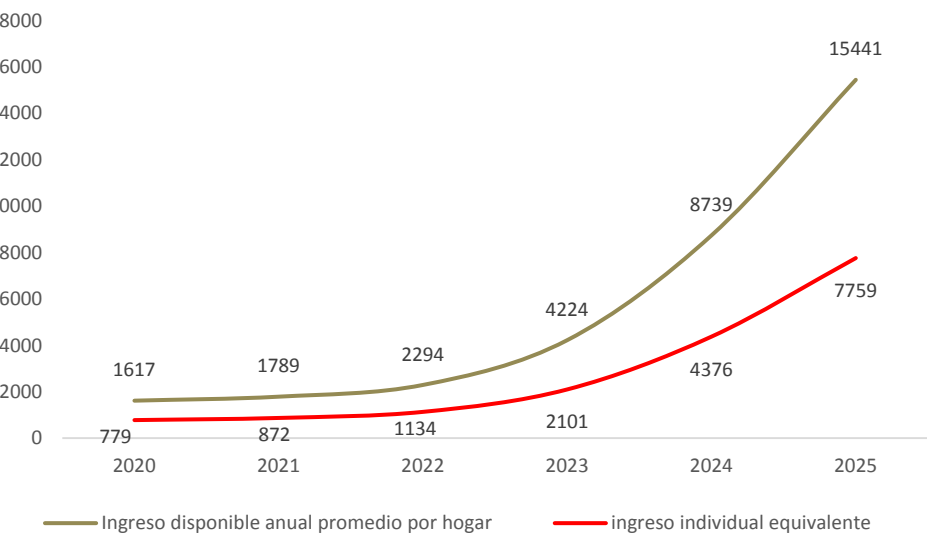
Población extranjera cercana a 1,5 millones de personas, casi 90.000 personas menos que en 2023. **Iraquíes, afganos, turkmenos e iraníes son los grupos extranjeros mayoritarios** (en conjunto representan cerca del 34% de la población extranjera). **Alemanes y rusos son los principales grupos extranjeros de origen europeo.** De acuerdo con las estadísticas oficiales turcas, **los argentinos representan el 0,012% de la población extranjera.**

- El **67,2% de la población reside en las áreas urbanas “densamente pobladas”** (24 ciudades turcas tienen más de 1 millón de habitantes); 15,% en áreas de “densidad intermedia” y 17,2% en áreas rurales.*)
- **Estambul concentra el 18,3% de la población del país** (15,7 millones) seguida de Ankara (5,8 millones) e Izmir (4,3 millones).
- En 2024, un total de **32,6 millones de turcos** (mayores de 15 años) se encontraban dentro del **grupo poblacional económicamente activo**, de los cuales, 18,8 millones estaban empleados en el sector de servicios (58% de la población).

(*) clasificación establecida por el *Spatial Address Registration System* (SARS)

Ingresos promedio de los hogares en crecimiento, pero con mayor concentración de la riqueza en un grupo más reducido de la población; alrededor del 50% de los ingresos en los hogares provienen de salarios.

Evolución de los ingresos anuales promedio de los hogares
(en US\$, 2020-2025)



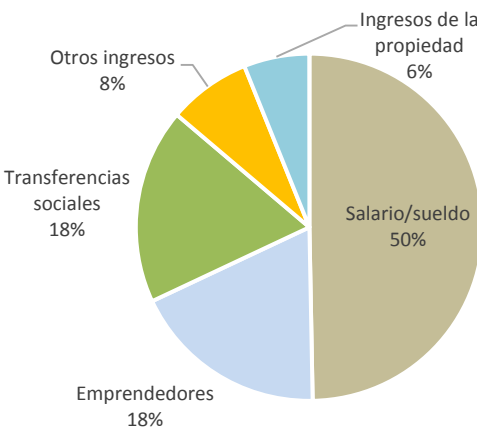
Ingresos anuales promedio por grupo ocupacional
(en US\$ - 2025)



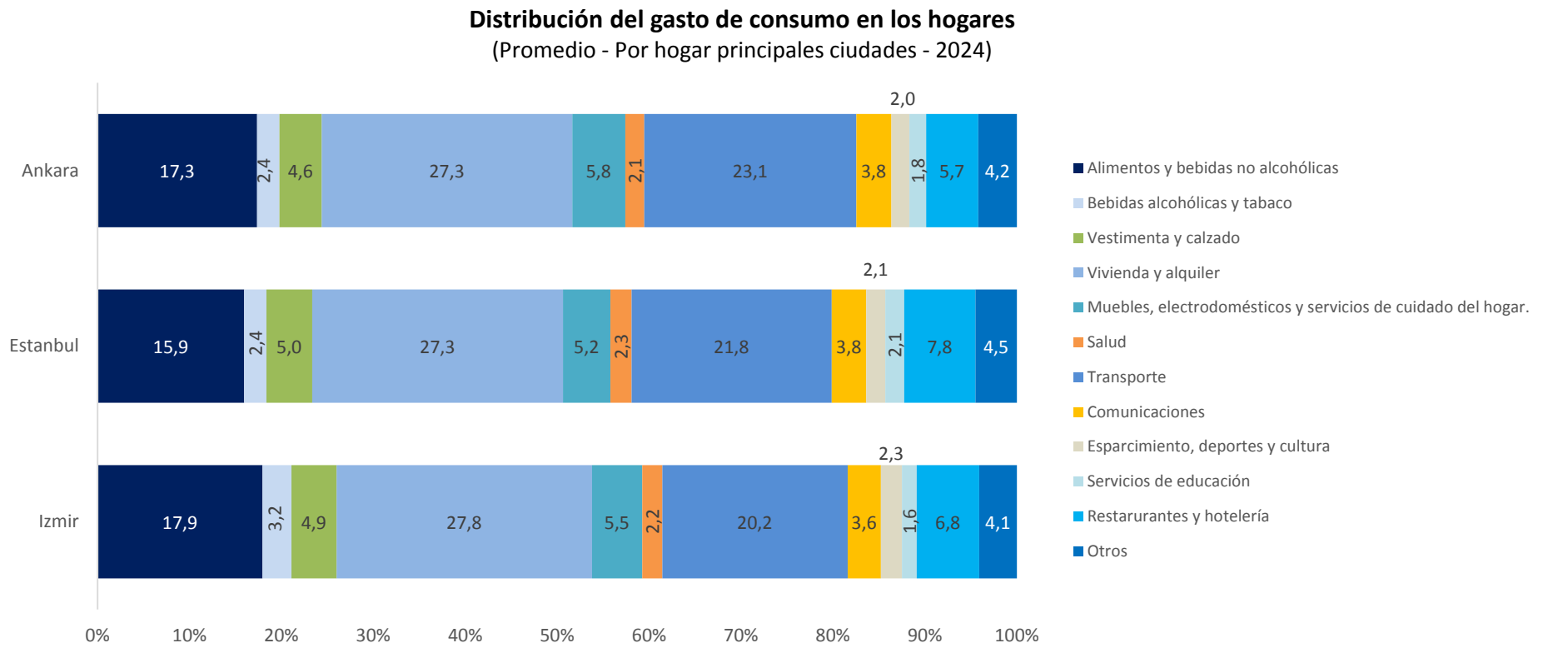
En 2025, la **renta disponible anual media** equivalente de los hogares fue de aproximadamente **US\$ 7.760**. **Ankara fue la región con la renta disponible anual media equivalente más alta** (US\$ 10.480), seguida por Estambul (US\$ 10.138) e Izmir (US\$ 9.460).

- El **ingreso familiar disponible anual promedio** es de **US\$ 15.440** (2025), mientras que el **ingreso individual equivalente** (ajustado al tamaño y composición del hogar) fue de **US\$ 7.760**.
- En 2025, el **20% más rico** de la población turca recibió el **48% del ingreso total**, mientras que el **20% más pobre** representó solo el **6,4%**.

Distribución por tipos de ingresos
(como % del ingreso disponible total equivalente del hogar - 2025)



El 25% del gasto de consumo de los hogares se realiza en la región de Estambul. Las tres principales ciudades del país (Estambul, Ankara e Izmir) muestran patrones similares de distribución del gasto de consumo en vivienda y alquiler, transporte y, alimentos y bebidas como principales componentes.



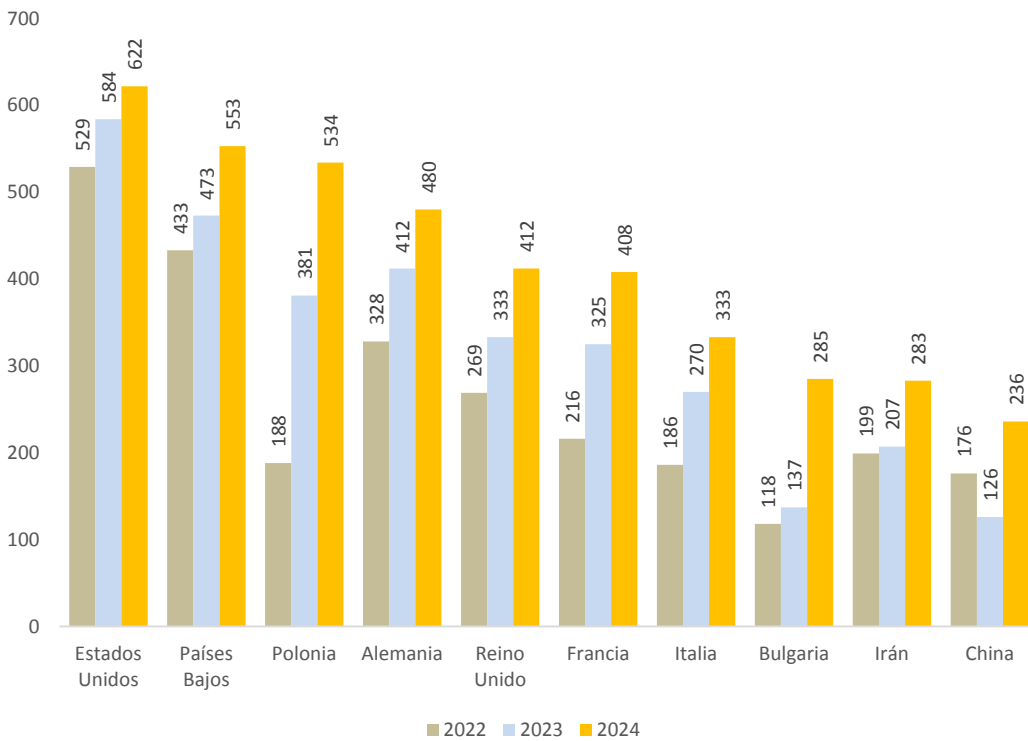
En 2024, la distribución del gasto promedio de consumo de los hogares turcos en materia de alimentos y bebidas no alcohólicas alcanzó al 18,1% mientras que el de vivienda y alquiler fue del 26%.

Mercado altamente sensible al precio de los productos alimenticios importados; si bien existen proyecciones de crecimiento a futuro, en la actualidad representan entre 4% y 5% del total del mercado.



- Aproximadamente entre **4% y 5%** de las ventas totales de comestibles se componen de productos agrícolas importados destinados al consumo.
- Los productos alimenticios procesados importados para la venta minorista se enfrentan a una fuerte competencia local. Türkiye cuenta con un sector de procesamiento de alimentos bien desarrollado que produce alimentos de buena calidad tanto para el mercado nacional como para el extranjero.
- Los alimentos *premium* importados se comercializan principalmente en hipermercados ubicados en zonas urbanas de alto poder adquisitivo. Los alimentos importados gourmet *premium* generalmente no se venden en cadenas de supermercados de descuento ni en cadenas regionales, aunque otros productos importados como arroz, nueces, almendras y algunas frutas frescas importadas pueden estar disponibles en ese tipo de locales. En 2024, los hipermercados representaron el 1,5% del total de los comercios minoristas de comestibles.
- Se prevé que la demanda de productos alimenticios procesados importados de mayor valor aumente a largo plazo, especialmente en los centros urbanos más permeables o en contacto con las pautas de consumo occidentales, donde los consumidores tienen mayor poder adquisitivo y están abiertos a la incorporación de nuevos sabores y experiencias gastronómicas.
- No obstante, hay que tener presente que se trata de un mercado que atraviesa ciertas dificultades económicas por lo que es altamente sensible al precio de los productos importados.

Principales mercados de origen de productos agrícolas destinados al consumo
(en US\$ millones)



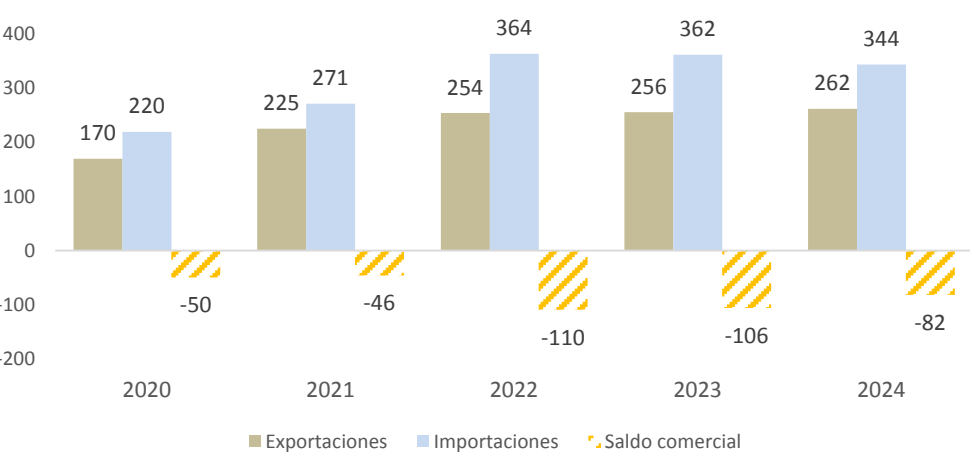
39,5% del total importado

Mercado abierto a nuevos productos que se adapten a la cultura alimentaria local

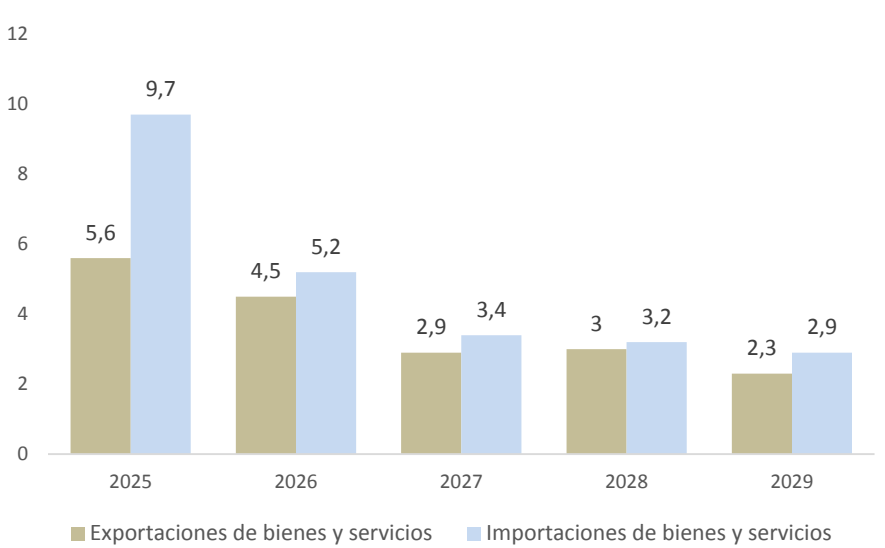
Comercio exterior

Balanza comercial con saldo negativo en los últimos cinco años; déficit comercial en manufacturas, combustibles y productos minerales. Para los próximos años las importaciones seguirían creciendo a mayor ritmo que las exportaciones.

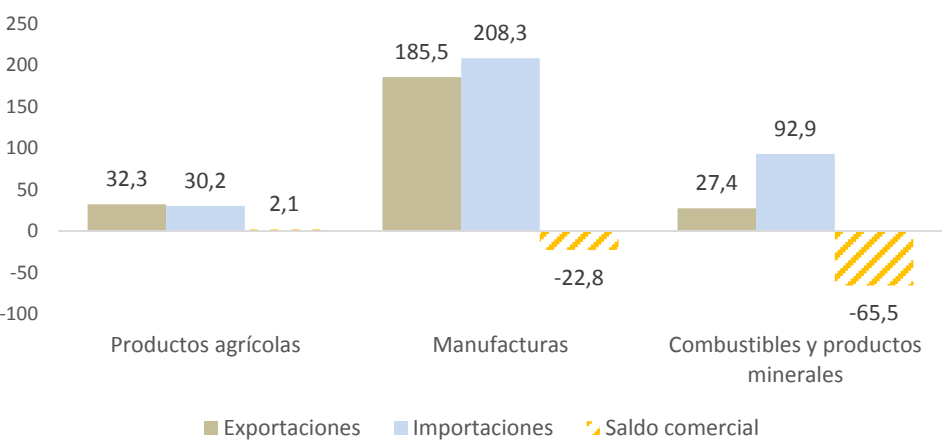
Comercio exterior
(en US\$ miles de millones – 2020-2023)



Proyección del comercio exterior de bienes y servicios
(variación i.a., en %)



Composición del comercio exterior por grupos de productos
(en US\$ miles de millones – 2021)

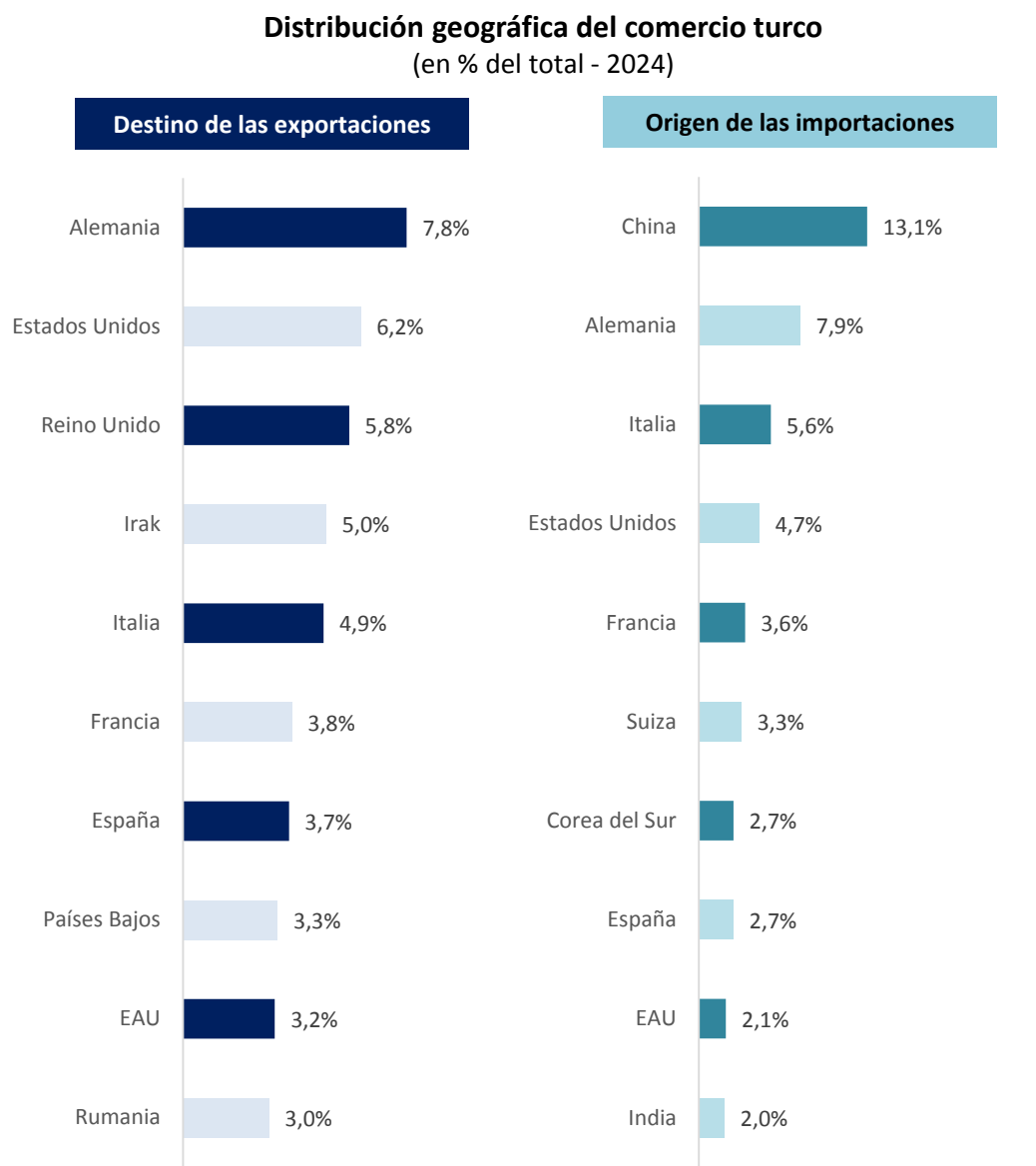
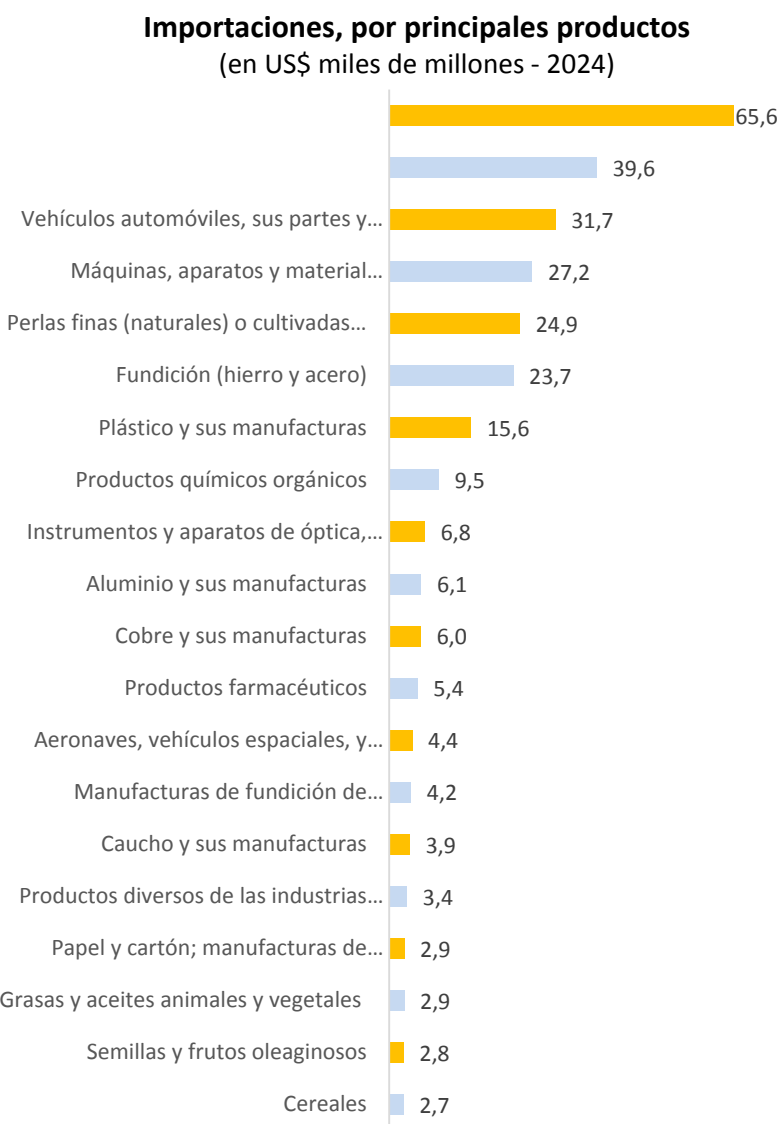


El **comercio exterior** representa **~66% del PIB**, mientras que su déficit comercial alcanzó **~2,4% del PIB**.

En los últimos cuatro años, las **importaciones y exportaciones han estado creciendo a un ritmo similar (11%)**.

Las **proyecciones para los próximos años** indican que las **importaciones seguirían creciendo a una tasa mayor que las exportaciones**.

Importaciones totales por ~US\$ 344.000 millones. Alemania es el principal mercado de destino de las exportaciones turcas y China el principal origen de las importaciones.



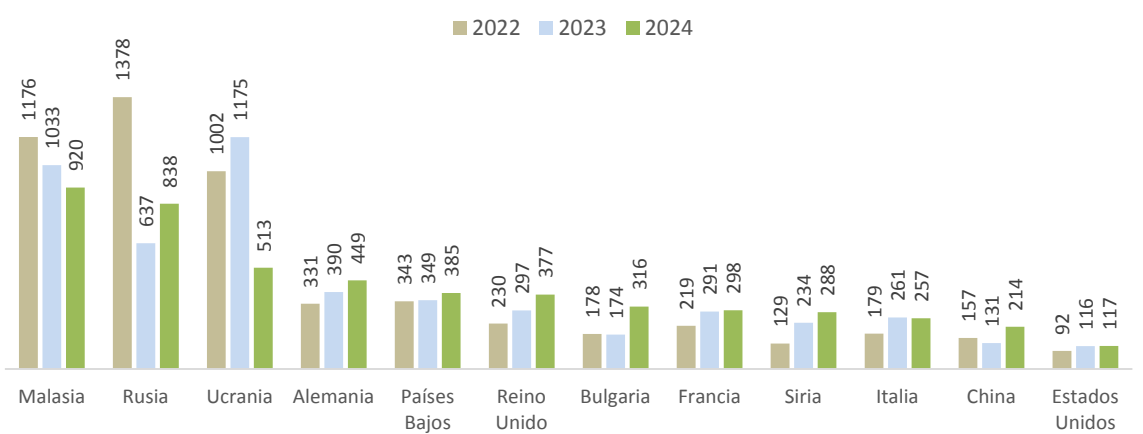
Alimentos y productos agropecuarios

Importaciones de alimentos y productos agropecuarios por ~US\$ 21.700 millones (6,3% de las importaciones totales); 67% de las importaciones concentradas en los primeros 20 productos; Malasia y Rusia principales mercados de origen de las importaciones de productos alimenticios procesados. Alemania e Italia principales mercados de origen de las importaciones de insumos para la industria.

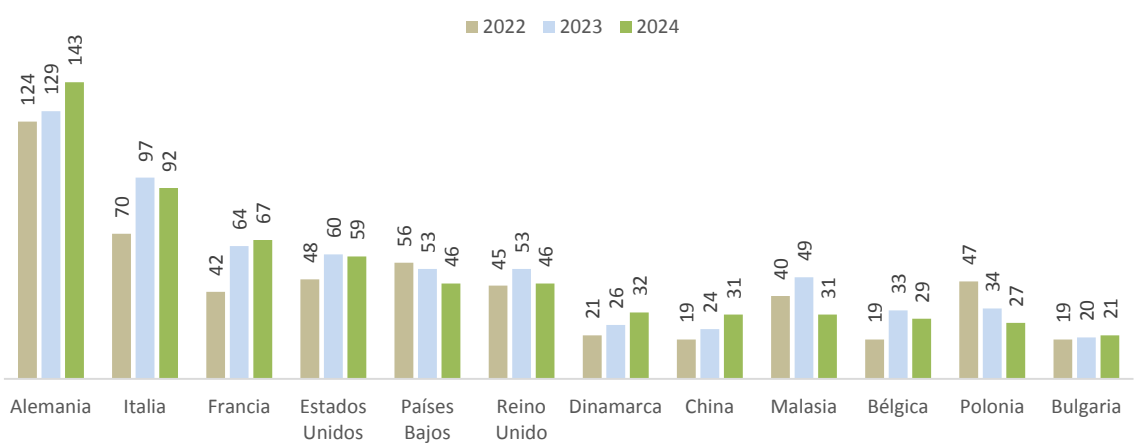
Importaciones de alimentos y productos agropecuarios
(en US\$ millones - 2024)



Importaciones de productos alimenticios procesados
(por país – en US\$ millones – 2022/24)



Importaciones de preparaciones e ingredientes/insumos para la industria alimenticia
(por país – en US\$ millones – 2022/24)



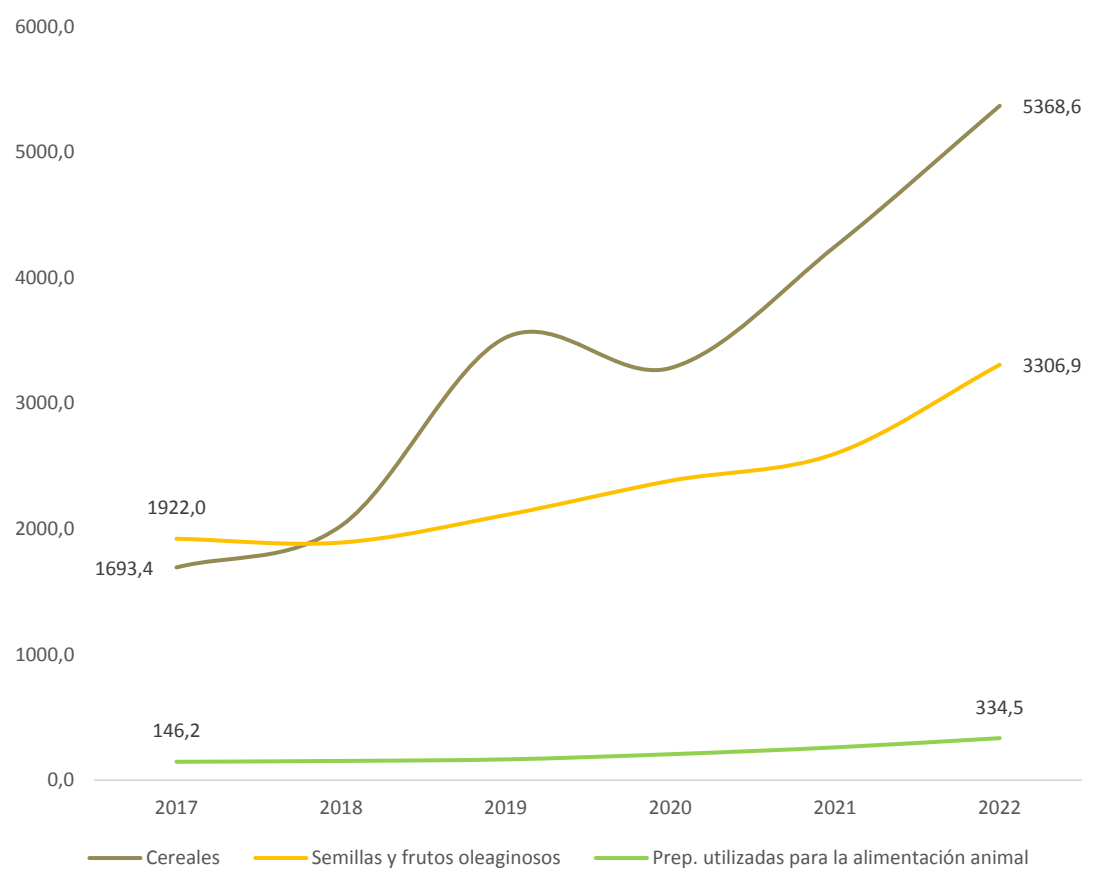
Alimentos y productos agropecuarios

Türkiye muestra dependencia en la importación de ciertos productos agropecuarios (cereales y oleaginosas) que resultan necesarios como insumos para su industria alimenticia.



- Es importador neto de cereales (trigo y maíz), de oleaginosas (girasol y soja) y de alimentos para animales. El índice de autosuficiencia en cereales es aproximadamente del 97%, pero cuando se desagrega este capítulo, la autosuficiencia en maíz llega al 85% y en trigo (exc. durum) 89%. En otros productos agropecuarios los niveles de autosuficiencia son: girasol (59%), arroz (81%), legumbres (94%), porotos (91%), lentejas rojas (71%), lentejas verdes (59%) y porotos de soja (5%).
- Entre 2017-2022 las importaciones de semillas y frutos oleaginosos crecieron 11,5% y las de cereales 26%.
- Las importaciones de trigo y maíz se utilizan como insumos de la industria alimentaria para la elaboración de productos tanto para el mercado local como para su exportación.
- En 2022, las importaciones de alimentos y productos agrícolas en Medio Oriente, África del Norte y el Cáucaso alcanzaron US\$ 150.000, de los cuales, Türkiye representó el 5,3% de ese total (US\$ 7.900millones).

Evolución de las importaciones de principales productos agropecuarios con dependencia neta
(por producto – en US\$ millones – 2017/2022)



Alimentos y productos agropecuarios

Existen algunos productos en los que si bien Türkiye tiene producción local, esta no alcanza a satisfacer la demanda interna, y otros en los que existe una demanda hacia productos *premium* y gourmet aunque aún de nicho.



NUECES - ALMENDRAS: es un mercado con una cultura muy tradicional en el consumo de nueces y almendras. Si bien cuenta con producción local, esta no alcanza para cubrir la demanda interna.



ARÁNDANOS ROJOS SECOS: entraron en el mercado turco en los últimos años, con un consumo que está creciendo en cuanto a popularidad entre los consumidores, con potencial de crecimiento para ampliar sus usos más allá del consumo como refrigerio.



ESPECIAS: es un mercado muy consumidor de especias. Cuenta con producción local de diversas variedades, pero también depende de algunas importaciones. Las especias de alta calidad (gourmet/premium) lograron establecerse en los nichos de consumidores turcos de altos ingresos.



ALIMENTOS FUNCIONALES: el consumo de alimentos funcionales está en aumento impulsado por la tendencia hacia una alimentación saludable entre los consumidores de clase alta e incluso media (productos sin gluten y para personas con diabetes). Se necesitan más variedades de productos para cubrir la demanda del mercado, principalmente alimentos enriquecidos para bebés y niños, yogures ricos en probióticos, bebidas fortificadas y *snacks* con vitaminas añadidas.



INGREDIENTES DE COMIDA GOURMET/ÉTNICA: existe una nueva generación de consumidores que provienen de hogares de ingresos medios-altos y altos, y que son más receptivos a la comida internacional, por lo que buscan ingredientes de comida gourmet y étnica creando un nicho con potencial para el consumo doméstico, así como también en hoteles y restaurantes internacionales.



VINOS: los principales consumidores son las personas de mayores ingresos y las generaciones más jóvenes, que suelen ser menos estrictas en la aplicación de las prácticas religiosas y que están más influenciadas por la cultura occidental. Los vinos de la categoría *premium* son generalmente comprados por profesionales de mediana edad e ingresos altos. Este segmento experimentaría un crecimiento ya que su valor mercado crecería de US\$ 350 millones (a 2024) a US\$ 458 millones en 2032.

Türkiye tiene una industria de procesamiento de alimentos bastante desarrollada, pero en la mayoría de los subsectores predominan las empresas de pequeña escala que utilizan tecnología modesta.



Para 2040, Türkiye busca convertirse en un centro de excelencia regional e internacional en la industria de procesamiento de alimentos y bebidas, I+D en agricultura y provisión de servicios agrícolas.



En los próximos 20 años, Türkiye busca incrementar su producción de alimentos para satisfacer completamente su demanda interna y atender el crecimiento de la demanda de productos *prémium* y orgánicos en los mercados de Europa, Medio Oriente y Asia Central.



Desde 2011, con la inauguración de su primer parque tecnológico agrícola, Türkiye busca convertirse en uno de los mercados más competitivos a través de I+D de alta tecnología, desarrollo de sistemas de invernadero y mejoramiento de suelos y semillas.

Los desafíos de la industria agrícola y alimentaria de Türkiye ofrecen distintas oportunidades comerciales y de inversión.



Productos y servicios en el campo del mejoramiento del ganado (semen), piensos y aditivos para piensos, mejoramiento de pastizales y medicamentos veterinarios, extensión y asistencia técnica para aumentar la productividad agrícola y la calidad de la materia prima (carne y leche).



Türkiye seguirá siendo un importador neto de trigo en los próximos años, para atender el crecimiento de la demanda interna. El gobierno está impulsando políticas de oportunidades para la transferencia de tecnología y mejoramiento de la productividad como parte del plan para la disminución de las importaciones.



60%-70% de la producción lechera local es comercializada sin los procesamientos requeridos (falta de insumos adecuados y cuestiones sanitarias). El sector privado está invirtiendo en ganado lechero de calidad y en control de higiene, procesamiento, maquinaria y asesoramiento para la producción láctea.



Los productores de frutas y verduras están demandando semillas de calidad certificada y tecnologías para la producción de invernadero. Asimismo, existe demanda para el mejoramiento del almacenamiento poscosecha (tecnología de envasado, conservación y cadena de frío).



El proyecto de Anatolia Sudoriental es la apuesta de desarrollo agrícola más grande de Türkiye (US\$ 200.000 millones). Demandará equipos agrícolas; servicios de operación, mantenimiento y gestión; así como instalaciones de almacenamiento, clasificación y envasado de productos.



El sector de la industria de procesamiento de alimentos está interesado en equipamiento de alta tecnología para optimizar su producción. Por lo general, el equipamiento existente en el mercado son réplicas de maquinaria de origen europeo.

RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL

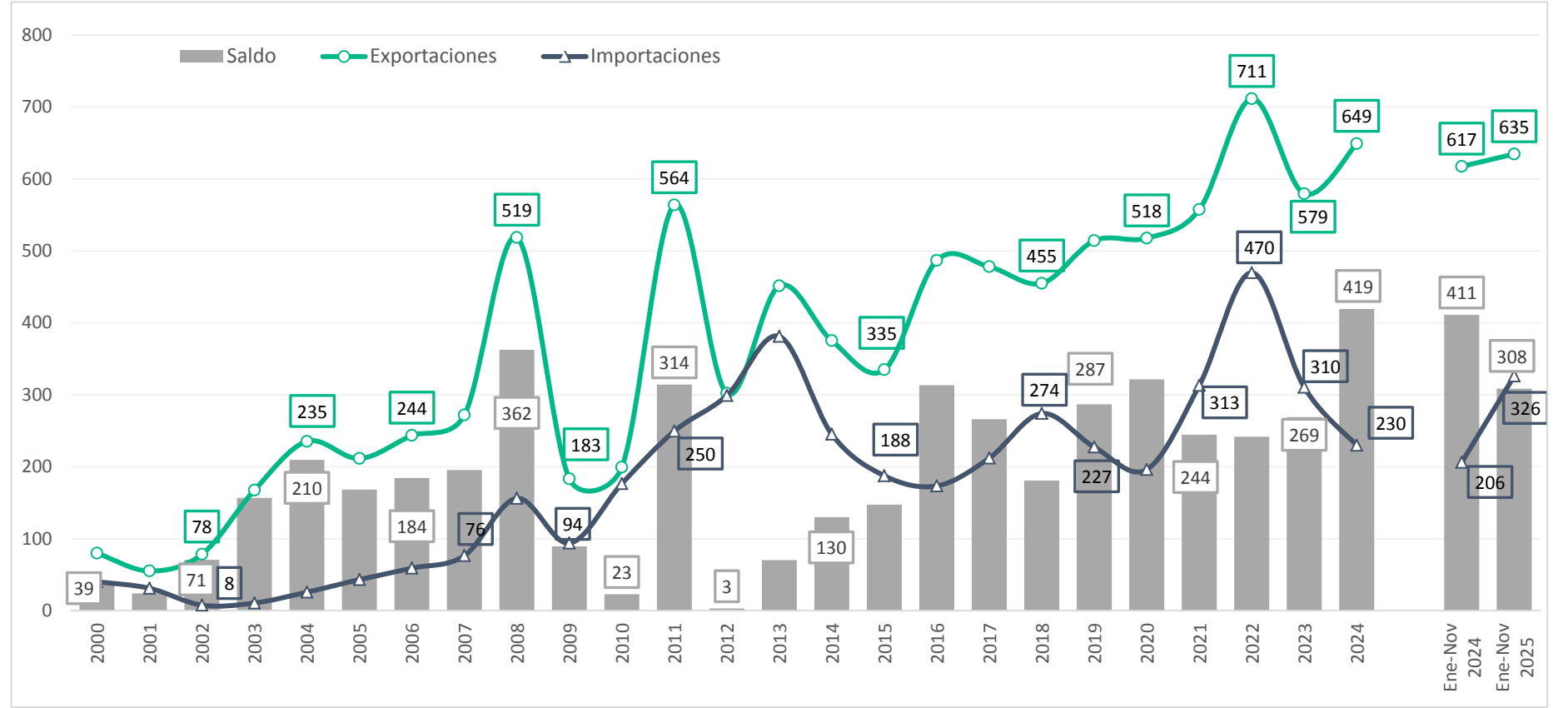
Argentina-Türkiye



Evolución del comercio bilateral de bienes

Exportaciones, importaciones y saldo

En US\$ millones



- En 2024 las exportaciones argentinas a Türkiye se incrementaron 12,0% respecto de 2023 y se contrajeron un 8,8% comparado con 2022. En el caso de las importaciones, estas se redujeron 25,9% en relación con 2023 y 51,1% respecto de 2022.
- En los últimos veinticinco años el resultado de la balanza comercial fue superavitario para la Argentina. En 2024 el saldo fue positivo por US\$ 419 millones y en los primeros once meses del año, superó los US\$ 308 millones.

Composición del comercio bilateral de bienes

Exportaciones argentinas a Türkiye: principales productos

Año 2024. En US\$ millones y %

Descripción	2024	Part% 2024	2024 vs 2023 (var. %)
Harina y “pellets” de soja	505	77,75	17,58
Arroz no parbolizado semiblanqueado o blanqueado, pulido o glaseado	23	3,53	14,47
Porotos de soja, incluso quebrantados, excluidos para siembra	S	-	-
Maníes sin cáscara, incluso quebrantados	18	2,71	-26,63
Algodón s/cardar ni peinar,simplemente desmotado	15	2,30	360,83
Tubos s/costura, aceros aleados s/revestir, p/pozos de petróleo o gas	S	-	-
Garbanzos secos desvainados excluidas p/siembra	8	1,18	-10,55
“Tops” de lana peinada	7	1,02	-22,27
Porotos comunes blancos secos desvainados excluidos p/siembra	5	0,84	-74,13
Tabaco desvenado o desnervado, en hojas secas	S	-	-
Total	649	100,00	12,03

S: secreto estadístico. Ley n° 17.622 y reglamentaciones conexas.

Fuente: DNCEI en base a Indec

- El **80%** de las exportaciones de nuestro país a Türkiye corresponden a manufacturas de origen agropecuario, 16% a productos primarios y 4% a manufacturas de origen industrial.
- El principal producto exportado durante 2024 corresponde a **harina y pellets de soja, seguido por arroz y poroto de soja.**
- En 2024 se destacaron las **mayores ventas de harina y pellets de soja (+17,58%) y algodón sin cardar (+360,83%),** en relación con 2023.

Importaciones argentinas desde Türkiye: principales productos

Año 2024. En US\$ millones y %

Descripción	2024	Part% 2024	2024 vs 2023 (var%)
Carbonato de sodio anhidro	18	7,71	-12,62
Medicamentos, acondicionados p/la venta por menor	11	4,69	10,77
Partes y accesorios de vehículos automóviles ncop.	8	3,64	0,16
Inyectores (incluidos los porta inyectores)	8	3,34	5,87
Sulfato de cromo	8	3,30	3,52
Mármol, travertinos y alabastro excluidos planos o lisos	6	2,79	-2,29
Amortiguadores de suspensión de vehículos automóviles	6	2,58	-0,71
Calderas p/calefacción central	5	2,04	0,21
Émbolos (pistones)	4	1,83	1,12
Cables de filamentos sintéticos acrílicos o modacrílicos	3	1,37	1,13
	230	100,00	-25,93

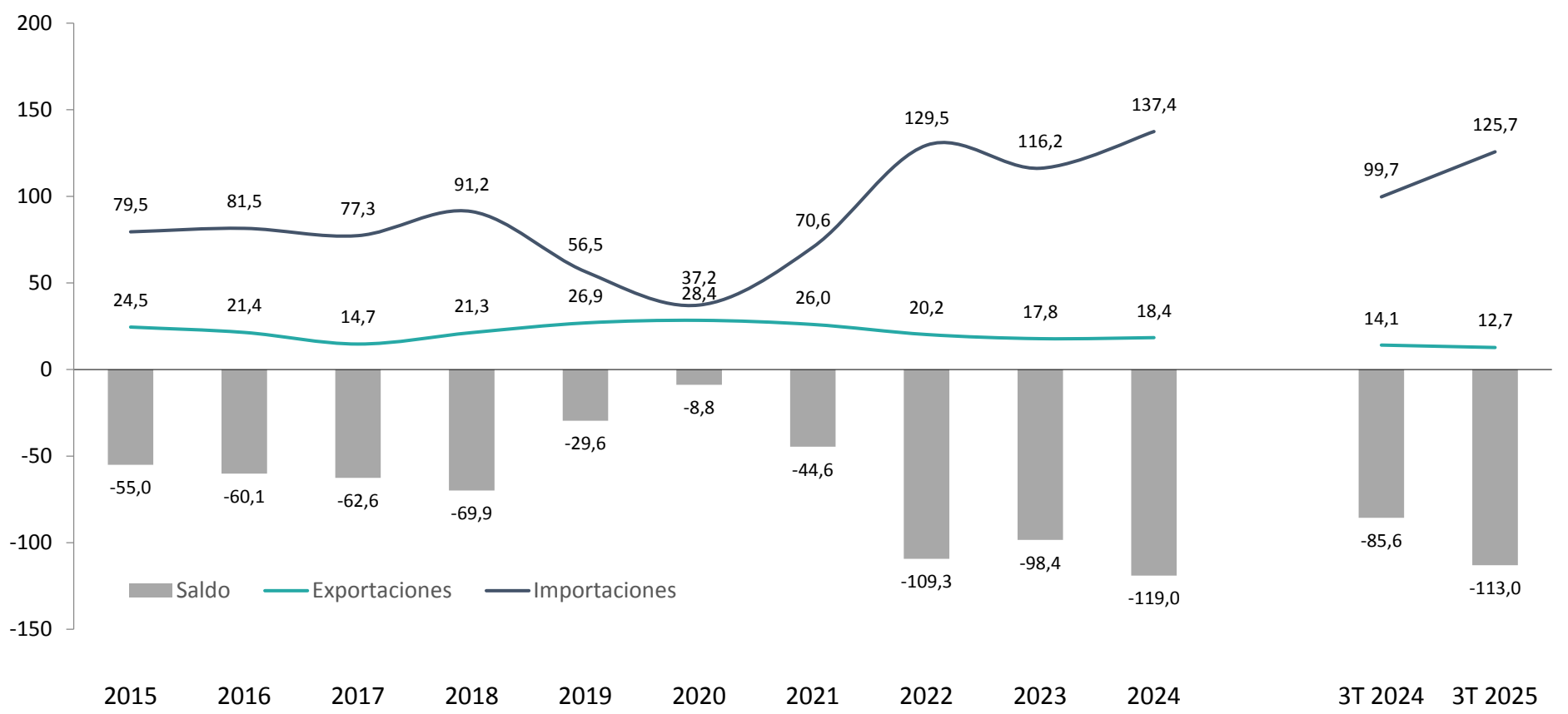
- Las importaciones argentinas desde Türkiye se encuentran muy concentradas. En el año 2024, el **97% de nuestras compras correspondieron a manufacturas de origen industrial.**
- Entre los productos importados con mayor crecimiento **se destacan los medicamentos (+10,77%), inyectores (+5,87%) y sulfato de cromo (+3,52%).**

Fuente: DNCEI en base a Indec

Evolución del comercio bilateral de servicios

Exportaciones, importaciones y saldo (2015-3T 2025)

En US\$ millones



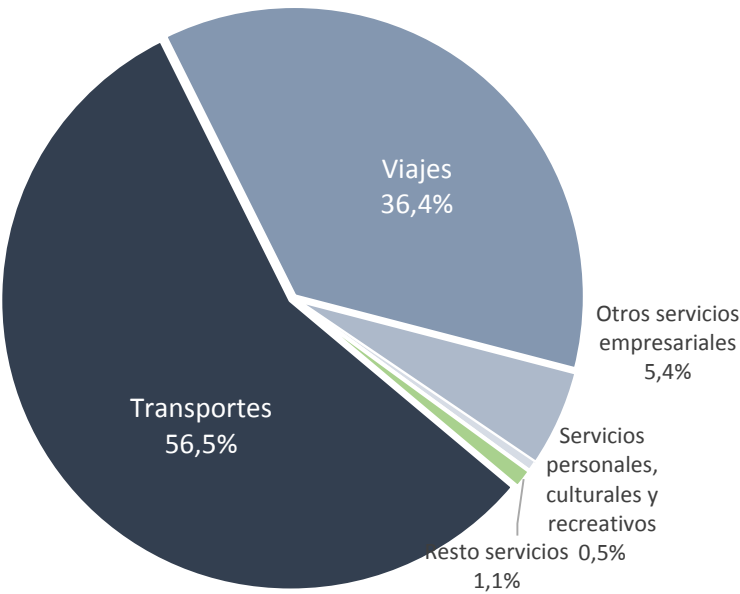
- En 2024 tanto las exportaciones como las importaciones de servicios de la Argentina con Türkiye se incrementaron en términos interanuales; las primeras 3,4% y las segundas 18,2%. El resultado de la balanza de servicios fue deficitario para la Argentina, por un valor de US\$ 119 millones.
- En lo que respecta al tercer trimestre 2025, las exportaciones disminuyeron 9,9% mientras que las importaciones aumentaron 26,1%, en relación con el mismo período de 2024. El saldo comercial fue negativo para la Argentina en US\$ 113 millones.

Composición del comercio bilateral de servicios

Exportaciones argentinas a Türkiye

En millones de US\$ y % del total, año 2024

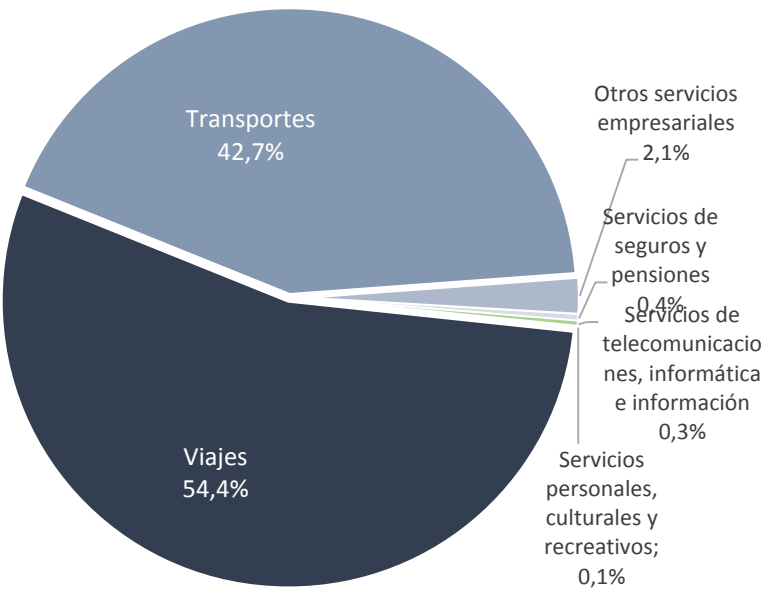
US\$ 18,4 millones



Importaciones argentinas desde Türkiye

En millones de US\$ y % del total, año 2024

US\$ 137,4 millones



Fuente: DNCEI en base a Indec

Argentina Trade Net

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

Centro de Economía Internacional

<https://cancilleria.gob.ar/es/cei>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

<https://www.indec.gob.ar/>

Dirección de Promoción de las Exportaciones de Bienes (DEAGI)

Email: deagi@mrecic.gov.ar - Teléfono: 4819 7915



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional



Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto
República Argentina

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

REPÚBLICA DE TÜRKIYE

La presente publicación
no necesariamente
refleja la opinión del
Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto de
la Argentina.

Se autoriza la
reproducción total o
parcial citando fuentes.

Febrero 2026